

Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115512162>

CA1
CO 40
-P75

Annual Report 2003–2004

Public Opinion Research in the Government of Canada



Public Opinion Research in the Government of Canada



Annual Report 2003–2004



Published by Government Information Services Branch,
Public Works and Government Services Canada
October 2004

For more information, please contact the
Public Opinion Research Directorate at (613) 943-5130.
Internet version: www.communication.gc.ca
Catalogue Number: P100-1/2004
ISBN: 0-662-68376-5

Message From The Minister



The role of public opinion research is increasingly critical as the Government of Canada balances the needs and desires of citizens with the realities of its fiscal resources. It is a vital resource in developing government policy, programs and communications centred on the expectations of citizens as well as in assessing the value of public spending. It provides the insight for informed and practical national governance.

This 2003–2004 report illustrates how:

- public opinion research is linked to many key Government of Canada decisions affecting all Canadians;
- Government of Canada departments and agencies are achieving greater efficiency by working together to share information and results; and
- operational safeguards are ensuring transparency, value for money and integrity in the purchase of public opinion research.

Underlying these general achievements are specific improvements that will make public opinion research a sound and reliable resource in the development of government policy and programs. They build on the solid foundation that prompted the Auditor General to conclude in 2004 that overall, public opinion research is managed transparently, with roles and responsibilities clearly defined, echoing the assessment made by the Treasury Board Secretariat in 2002.

New arrangements for the purchase of public opinion research are a key example of the changes. These were the result of extensive consultations with representatives of major Canadian market research associations and departments and agencies. There is now a process that not only ensures equal access to government public opinion research contracts for qualified firms across Canada but also provides Canadians with the assurance that they are receiving quality, integrity and value for their research dollars.

We continue to seek additional improvements, guided by the principles of value for money, stewardship, flexibility and transparency. For example, as you will see in this report, we will be making greater use of information technology to improve efficiency and to strengthen our stewardship of public opinion research. In this process, and others, we continue to consult with major Canadian market research associations, government departments and agencies.

In short, I am committed to the ongoing pursuit of excellence in public opinion research for the Government of Canada, just as the Government itself is committed to listening to all Canadians.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Scott Brison'.

Scott Brison

Minister of Public Works and Government Services

Table of Contents

Introduction

- 6 The Auditor General's Review of Public Opinion Research

The Public Opinion Research Directorate at Work

- 8 Public Opinion Research Resources and Tools

13 Issues and Activities for 2004–2005

14 Overview of Public Opinion Research in 2003–2004 in the Government of Canada

- 14 Annual Total Investment in Public Opinion Research
- 15 Overall Business Volume – Advisory Services
- 16 Top Departments and Agencies for all Public Opinion Research by Business Volume
- 17 Investment in Public Opinion Research from 2001 to 2004
- 18 Comparison of Custom and Syndicated Studies
- 19 Type of Research as a Percentage of Total Investment in Custom Research
- 20 Percentage of Projects and Total Investment Based on the Research Methodology for Custom Research

21 Highlights of Key Public Opinion Research Projects

- 21 Health Canada
- 22 Human Resources Development Canada
- 23 Canadian Heritage
- 23 Foreign Affairs and International Trade Canada
- 24 Canada Customs and Revenue Agency
- 25 Industry Canada
- 25 Agriculture and Agri-Food Canada
- 26 Natural Resources Canada
- 26 Environment Canada
- 27 Treasury Board of Canada Secretariat

28 Highlights of Investment in Syndicated Studies

30 Research Firms Rankings

- 30 Top Ten Research Firms for all Public Opinion Research by Business Volume
- 31 Top Ten Research Firms for Syndicated Studies by Business Volume
- 32 Top Ten Research Firms for Custom Research by Business Volume

33 Appendices

- 33 Appendix One: Complete Listing of Departments and Agencies by Business Volume
- 35 Appendix Two: Complete Listing of Research Firms by Business Volume
- 39 Appendix Three: Thematic Overview of Syndicated Studies in 2003–2004
- 41 Appendix Four: Standing Offers and Supply Arrangements

Introduction

Public opinion research (POR) offers the Government of Canada a listening post to hear clearly the opinions of Canadians about its programs, policies and services. It informs government about what Canadians think and expect. It guides government efforts to serve Canadians through new services such as service centres, Web sites and electronic messaging. It provides insight into how they receive information and if all of their questions are answered.

Public opinion research provides the means by which the Government of Canada can be in touch with the conditions and requirements that vary from place to place across the nation. It also establishes whether policies and programs are meeting the needs of the population.

Good governance requires the Government of Canada to ensure the highest possible quality of research, to avoid duplication of effort and to create a repository of work already done. This is the mandate for the Public Opinion Research Directorate in Public Works and Government Services Canada (PWGSC): to provide a public opinion research centre of expertise.

The Directorate provides the technical and coordinating authority for Government of Canada public opinion research. It facilitates POR studies by helping departments throughout the process to ensure their research objectives are met in a timely and efficient manner. As well, it offers advice and training so departments can use public opinion research more effectively, improving value for money in this investment. It contributes to the mandate of the newly formed Government Information Services Branch by helping departments communicate more effectively with Canadians.

The 2003–2004 annual report recounts the work of the Directorate as well as the research that it coordinated. It includes highlights of research undertaken by those departments that rely most heavily on public opinion research. The report starts with an overview of the findings of the Auditor General's review of public opinion research.

The Auditor General's Review of Public Opinion Research

In 2003, the Auditor General examined the administration of public opinion research, reviewing activities from 1999 to 2003. The audit focussed on whether the Government had adequate controls over its public opinion research activities, whether it obtained best value for money and whether the contracting process was transparent.

The Auditor General stated that public opinion research was “well managed” in a transparent manner with adequate controls. “The activities were centrally co-ordinated, as required by policies. Roles and responsibilities in the majority of activities were sufficiently clear.” The report noted that an orientation guide on procedures and a research guide were produced to aid departments with their public opinion research.

The audit also suggested possible improvements such as in cases where greater economy could be achieved by the bulk purchase of syndicated research reports. It also highlighted instances where departmental research reports were not forwarded, or not forwarded on time, to the Public Opinion Research Directorate for depositing with the National Library and the Library of Parliament.

As part of its commitment to continual improvement, the Public Opinion Research Directorate has been implementing an action plan to address the specific issues identified by the Auditor General. This work continues in the current fiscal year. Among the highlights:

- New standing offers and supply arrangements, which are the result of extensive consultations with the research industry and government departments, were implemented in May 2004.
- A new procurement strategy for the bulk purchase of syndicated research is being developed with colleagues in the Communication Procurement Division of PWGSC.
- Compliance by departments in filing reports for depositing in the public domain climbed to 97 percent for the period of the audit. This was to be further enhanced with electronic reminders from a new database. Written reports on research will now also be required from all departments.
- Additional improvements to the management of public opinion research will provide efficiencies across the Government, improve information and knowledge management, and strengthen compliance with Government policies and procedures. This will be achieved through the introduction in 2004–2005 of an electronic project management platform and database that will be made accessible to all departments.

The Public Opinion Research Directorate At Work

The value of public opinion research has become increasingly apparent across government organizations as a means to help:

- inform the development of programs and services, and communications products;
- assess policy initiatives and plans;
- design delivery methods for government programs and services;
- measure the demands and expectations of the Canadian population and other stakeholders, such as businesses; and
- evaluate programs and services to ensure value for public money spent.

Its importance is reflected in the Government of Canada Communications Policy, which specifically encourages the Government of Canada to undertake public opinion research in the development of programs, policies and services. The mandate to coordinate and manage this business is vested in the Public Opinion Research Directorate of Public Works and Government Services Canada. The Communication Procurement Directorate of PWGSC is the sole contracting authority for research on behalf of the Government of Canada.

Federal institutions are required, as part of the Communications Policy, to inform the Directorate of all public opinion research projects before entering into any

contractual arrangement. The Directorate assists departments and agencies with expert advice, facilitating procurement of services, sharing best practices and research results as well as coordinating work across departments.

The Advisory Services offer research expertise to help government organizations develop relevant and reliable research to make informed decisions. Advisors become partners with the organizations with whom they are working, acquiring in-depth and project-specific knowledge. The assistance they offer on research design, legal and policy issues, industry standards, procurement methods and how to achieve maximum value for money for each project is uniquely tailored to each assignment.

Knowledge Transfer fosters partnerships and the sharing of research across the Government of Canada. The unit also produces a variety of research guides, and organizes seminars and information exchange meetings. It ensures that research reports are available to the public through the National Library of Canada and the Library of Parliament. It also manages an Extranet networking site on research and produces the annual report on research coordinated on behalf of the Government of Canada.

Contracting procedures vary from project to project, depending on the scope, dollar value and other factors. These procedures, developed by PWGSC, are designed to ensure that the desired results are achieved and all potential contractors are treated equitably in the procurement process.

In 2003–2004, the Directorate coordinated 593 POR projects with a value of more than \$25.4 million. In the previous year, 576 projects were handled with a value of \$23.7 million.

Public Opinion Research Resources and Tools

The Public Opinion Research Directorate is recognized as the Government of Canada's repository of best practices and techniques in listening to Canadians. In fulfilling that role, the Directorate has assisted in the renewal of the standing offer process, which will strengthen the management of public opinion research and lend transparency to all transactions. As well, it has created several new resources in the past year to help public service practitioners in designing and conducting their public opinion research. A brief description of these tools and resources follows.

POR Project Management Database

A POR on-line database was implemented in 2003 to respond to concerns raised by the Auditor General and to strengthen accountability, improve transparency and promote information sharing. The database was widely tested, beginning with participation in the 2003 GovNet exhibit "Transcending Technology." Once fully operational, this database will offer a streamlined Web-based system to simplify project management, accelerate the dissemination of research results, facilitate partnering and reduce duplication. The database will be accessible to all departments to serve as their own project management system for their POR projects and as a tool to promote greater coordination on horizontal issues, which adds value to each undertaking.

The database was developed to provide on-line access to details of research projects that are planned, under way and completed, along with results. Departmental research coordinators will be able to submit research details for new research projects as well as track progress of projects.

Several departments are participating in a pilot project to use the database and an independent usability study was conducted in March 2004. Full-scale utilization is expected in 2004–2005.

Sourcing Process

The Directorate has worked with departments and the Communications Procurement Directorate of PWGSC to develop tools, such as standing offers and supply arrangements that facilitate the timely and efficient procurement of research projects. The recent renewal of the Government's policies on public opinion research services began with consultations between four industry associations — Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale, the Canadian Association of Marketing Research Organizations, the Professional Marketing Research Society and the Canadian Survey Research Council — and representatives of government departments. They unanimously favoured a new approach, and an industry–government working group collaborated in laying the foundation for a new policy. In May 2004, new standing offers and supply arrangements were put in place. (See Appendix Four.)

Key elements in the new tools ensure value for money by creating a larger pool of suppliers across Canada and more transparency in the selection process. They sharpen competition between firms while giving each one more opportunities to compete for government business.

Advertising Evaluation

The Public Opinion Research Directorate and the Privy Council Office co-chair an interdepartmental committee of public opinion research coordinators involved in evaluating major Government of Canada advertising campaigns. The principal vehicle used to assess advertising campaign effectiveness is the newly developed and tested Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET), which is a series of standard questions to be added to departmental evaluations of Government of Canada advertising campaigns.

Its use is required on all major advertising campaigns with a media buy of more than \$400,000, but departments are encouraged to use it on smaller campaigns as well. In addition to measuring effectiveness, the use of ACET will help departments save money in the design of questionnaires and enhance research consistency through the use of standard questions.

Research Techniques: Guideposts to Value

This publication provides Government of Canada employees with an overview of public opinion research. It reviews the advantages and disadvantages of current data collection methods including conventional research methods and emerging techniques using the Internet.

Among its strengths is the step-by-step guide it provides to take the user through the process, beginning with the question of which methodology best serves the objectives of the project. It helps the user decide whether qualitative or quantitative data, or a combination of the two, would be the most useful. There are examples and comparative tables.

It defines public opinion research and includes an outline of procedures to be followed in acquiring research, a check list of key elements in the research process and a glossary of key research terms.

More than 1,300 copies of *Guideposts to Value* were distributed within two months of its release at the 2003 Communicators Conference. It was also distributed to departmental clients, heads of Communications and some departmental regional offices. It continues to be a popular “primer” for those undertaking research across the Government of Canada.

Research Techniques: Guideposts to Value is available from the Public Opinion Research Directorate. Electronically, it is on the Internet site www.pwgsc.gc.ca and at the CommNET Extranet site <http://commnet.gc.ca>.

Public Opinion Research in the Government of Canada: Annual Report 2002–2003

The 2002–2003 annual report was distributed to Cabinet Ministers, senior departmental officials and departmental POR coordinators in November 2003 and posted on the Internet. As well as highlighting the overall public opinion research activities managed by the Public Opinion Research Directorate, the report included summaries of work done in departments that had made the largest investments in POR. The information from the most active departments provided insight into the importance and scope of public opinion research within these organizations. This feature is continued in the 2003–2004 annual report, offering practical examples of the value and versatile capabilities of POR to all managers in the public service.

Successful Communication: Literacy and You

This tool kit helps government communicators to communicate in a way that is easy to understand and effective for all users and recipients. It offers an overview of key techniques for successful communications, practical examples and case studies for communication using all media, as well as evaluation tools. Unveiled at the Government of Canada’s Communicators Conference in May 2003, it became the basis for a workshop co-sponsored with Health Canada that featured the practical applications of the tool kit to cigarette package messages.

POR on CommNET

CommNET, the resource site for Government of Canada communicators, includes a prominent section on public opinion research. There is a list of POR advisors and the departments and agencies each one serves, along with a bilingual list of close to 3,000 Government of Canada public opinion research reports produced since 1994. These are on deposit in the National Library of Canada and the Library of Parliament.

The public opinion research section of CommNET has become a valuable tool for researchers. They have access, for example, to the annual report of public opinion research for the Government of Canada that provides a corporate snapshot of the research work being done by leading departments and agencies.

The site also contains helpful information for those new to public opinion research. Users will find an outline of the public opinion summary that must be completed when a public opinion research project is started. It accompanies a section that discusses the advantages and challenges of on-line public opinion research.

All of the Public Opinion Research Directorate's publications are available on the site. The site has had over 5,400 visits in the last two years.

Seminars and Info-Sessions

An expanding program of seminars and information sessions held in a variety of fora and the increasing number of participants reflect the growing reliance on public opinion research in government and the interest in it among academia.

Public Opinion Research: Thinking Outside the Box, an overview of POR in the Government of Canada and an explanation of the tools available to departments, drew more than 200 people during two sessions at the annual Communicators Conference.

From Pop-Ups to Panels: Conducting Effective On-Line Surveys was repeated in the year and once again attracted more than 100 participants.

The Public Opinion Research Directorate has developed a 90-minute session on POR, which is included in the course material for new executives in the public service. Initial reactions from participants were extremely positive and Directorate resources are distributed at the course for new executives, which is held six times a year.

Community of Practice

The Directorate continued to coordinate and participate in bi-monthly meetings of the informal interdepartmental working group on public opinion research. This expanding group now has representatives from nearly 30 departments and agencies that meet regularly to discuss issues of mutual concern, such as procurement, emerging research techniques, interdepartmental initiatives and partnering on research. Of particular note this year was the demonstration of new Internet sites being developed in several departments to share detailed research results.

As well, the Directorate provided strategic advice and research expertise as a member of the newly formed interdepartmental research committee that coordinates all POR related to Government On-Line. It assisted in developing a best practices guide and participated in workshops to present the advantages and disadvantages of on-line survey research.

Issues And Activities For 2004–2005

In carrying out its mandate, the Public Opinion Research Directorate will continue to address significant issues such as:

- working with departments and agencies to standardize POR management across government and to encourage general use of the best practices available;
- helping departments and agencies enhance the quality of the research they undertake;
- ensuring that the knowledge gained through the research investment is shared broadly; and
- offering more training on emerging research techniques.

The Government of Canada spends approximately \$3 million a year on syndicated studies but the use of the studies is restricted to the specific subscribers. The Directorate has begun a needs assessment to identify an appropriate, more cost-effective approach to meet the need for syndicated research across departments and agencies.

Overview of Public Opinion Research in 2003–2004 in the Government of Canada

Annual Total Investment in Public Opinion Research



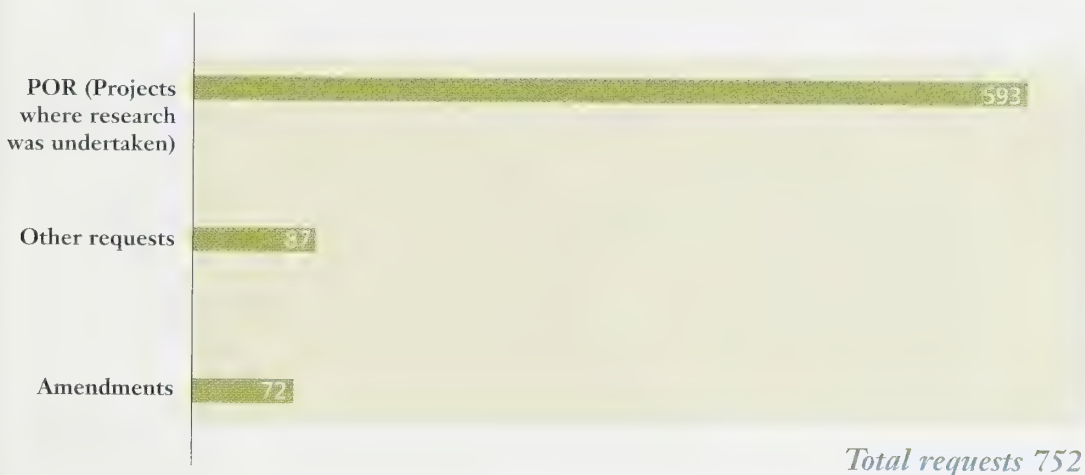
The importance of public opinion research in government operations is reflected by the investments made by the Government of Canada, its departments and agencies.

The dollar value of POR contracted for in 2003–2004 was \$25.4 million, up from \$23.7 million in the previous year and the fifth consecutive year that it approached or exceeded \$20 million.

The 2003–2004 activity of 593 projects was slightly greater than the previous year when 576 projects were undertaken. Health Canada and Human Resources Development Canada (now Human Resources and Skills Development Canada and Social Development Canada) accounted for 168 of the projects, slightly more than a third of the total.

Overall Business Volume – Advisory Services

Nature of Requests for 2003–2004



Public Works and Government Services Canada is the coordinating authority for all public opinion research. Departments and agencies submit their project summaries, and POR advisors determine whether the project falls within the definition of POR.* If it does, the project is registered and advisors offer guidance throughout the entire research project. If it doesn't, departments undertake their projects independently.

In 2003–2004, 593 projects fell within the definition, and there were 72 amendments ranging from delivery dates to the scope of the project. There were 87 other requests, including 70 projects identified as non-POR and 17, which could be on hold, cancelled or awaiting more information. This category also included requests for standing offers.

** The major activities that fit the Treasury Board Secretariat definition of public opinion research relate to public opinion research for policy, marketing and communication undertakings, quality of service studies, syndicated and omnibus surveys and program evaluation. Activities not considered public opinion research include literature reviews or reviews of secondary sources, and verification of service performance or delivery of goods as set out in a contract.*

Top Departments and Agencies for all Public Opinion Research by Business Volume

Department/Agency	Thousands of dollars	Number of projects
HEALTH CANADA	4,866	105
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA*	3,720	63
CANADIAN HERITAGE	1,758	42
COMMUNICATION CANADA*	1,459	22
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	1,337	23
CANADA CUSTOMS AND REVENUE AGENCY*	1,304	21
INDUSTRY CANADA	1,174	38
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	962	20
NATURAL RESOURCES CANADA	912	31
ENVIRONMENT CANADA	717	27
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	615	13

** Duties and names of some departments and agencies included throughout this report changed as part of a reorganization of the Government of Canada.*

Canadians' concern over health issues is reflected in the research work of Health Canada which sought public reactions on the Tobacco Control Strategy and issues, such as the attitudes of youth toward drugs, health threats and healthy living. Attitudes of on-reserve First Nations people on a wide range of health issues were also probed. As a result, Health Canada again led departments in the use of public opinion

research, accounting for 17.7 percent of the total projects and 19 percent of the investment. Human Resources Development Canada ranked second. Five departments and agencies had research budgets in the \$1 million to \$2 million range.

Highlights of the research undertaken by the largest users of public opinion research appear in Section 5 on p. 21.

Investment in Public Opinion Research from 2001 to 2004

(Thousands of Dollars)

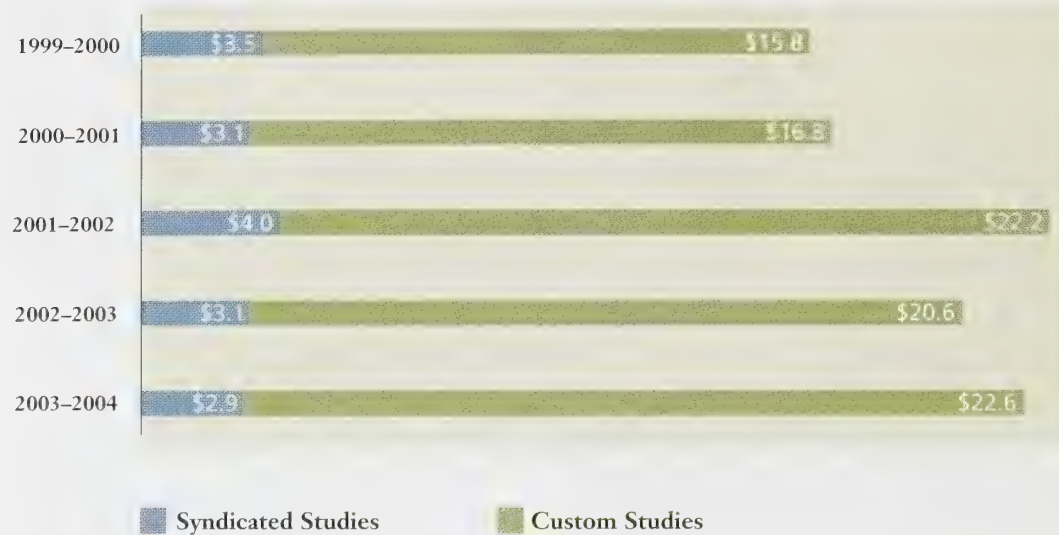
Department/Agency	2001–2002		2002–2003		2003–2004	
	Value \$	No. of Projects	Value \$	No. of Projects	Value \$	No. of Projects
HEALTH CANADA	4,036	88	4,270	81	4,866	105
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA	2,614	62	2,120	60	3,720	63
CANADIAN HERITAGE	1,288	36	1,124	30	1,758	42
COMMUNICATION CANADA	2,117	70	3,176	75	1,459	22
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	867	18	870	16	1,337	23
CANADA CUSTOMS AND REVENUE AGENCY	687	23	868	17	1,304	21
INDUSTRY CANADA	1,834	54	1,584	42	1,174	38
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	430	9	624	15	962	20
NATURAL RESOURCES CANADA	847	32	1,586	28	912	31
ENVIRONMENT CANADA	1,343	36	710	20	717	27
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	1,228	16	704	15	615	13

Of the most active departments and agencies in public opinion research, eight undertook more projects in 2003–2004 than they did in the previous year. Canadian Heritage showed the greatest increase in number of projects from 30 to 42, a 40 percent increase that was also reflected in dollar value (56% increase from 2002–2003). Agriculture and Agri-Food Canada moved into the most active category, in part because of mad cow disease concerns.

Treasury Board of Canada Secretariat, Environment Canada and Communication Canada all had fewer projects. Communication Canada, which was disbanded on April 1, 2004, showed the greatest decline, down to 22 projects from 75 in the previous year.

Comparison of Custom and Syndicated Studies

(Millions of Dollars)



Custom public opinion research is work commissioned from a private firm for specific research needs of a department or agency. The commissioning organization ensures the intellectual property of reports and other materials generated by the project, which are made available to the public. Results of custom reports commissioned by the Government of Canada are in the public domain and available to all.

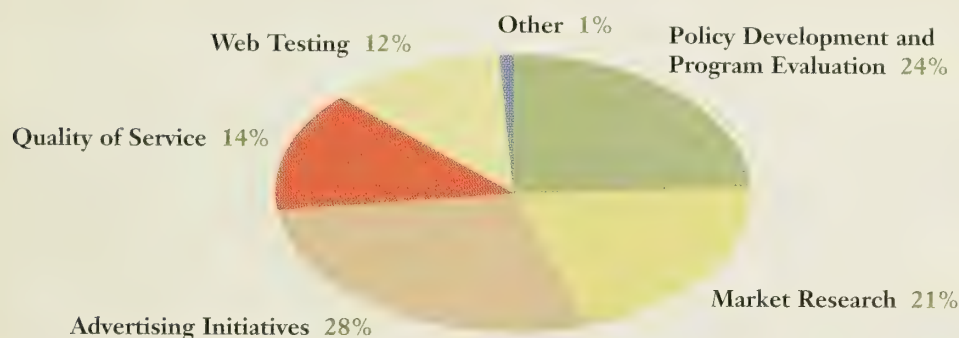
Custom research accounts for most of the work undertaken by the Government of Canada.

Syndicated research is owned by the firm which conducted the research and the data gathered on a wide range of subjects is offered to subscribers. These data often contain trend information. Syndicated research is sometimes efficient, because

the overhead costs are shared by all subscribers, but they are prohibited from distributing the information to any other parties including other government departments. Departments and agencies that invest in additional omnibus questions can share the results of these questions with other departments and agencies.

In 2003-2004, the Government of Canada reduced its investment in syndicated research, purchasing studies worth \$2.9 million compared with \$3.1 million in the previous year and \$4 million in 2001-2002. Custom research, however, is up to \$22.6 million from \$20.6 million, a 10 percent increase.

Type of Research as a Percentage of Total Investment in Custom Research



Advertising research, which includes advertising tracking and testing as well as communications product testing continues to absorb an increasing amount of total public opinion research spending. It accounted for 28 percent of all POR investment in 2003–2004, up from 23 percent and 17 percent in the two previous years respectively. Policy development and program evaluation (24 percent) and market research (21 percent) were the other major users.

Quality of service research doubled this year, accounting for 14 percent of the total value of projects compared with seven percent in the previous year. Government departments and agencies also continue to be concerned with the effectiveness of using the Web, which accounted for 12 percent of research expenditures in 2003–2004 compared with 11 percent in the previous year.

Percentage of Projects and Total Investment Based on the Research Methodology for Custom Research

Research Methodologies Used



Quantitative research refers to information obtained about some or all members of a target population through structured procedures, such as a survey, allowing conclusions to be drawn for the total target population. Nearly half of the work undertaken fell into this distinct category.

Qualitative research refers to information obtained from some members of a target population through unstructured or semi-structured procedures, such as groups or interviews. No projections of

results to the target population can be made from this type of research. Forty-one percent of the research was in this category, up from 38 percent in the previous year.

Some research consisted of a quantitative–qualitative combination that, along with “other,” accounted for the remaining 12 percent. “Other” included research projects such as POR design (i.e., questionnaire design) and analysis.

Highlights Of Key Public Opinion Research Projects

Public opinion research is vital to the development of policies, programs and services that directly touch the day-to-day lives of Canadians. For this report, we asked the 10 departments that invested most heavily in public opinion research to provide a brief overview of work conducted in the review period. Their contributions follow.

Health Canada

Health care is Canadians' top priority. In order to address this priority, Health Canada uses public opinion research extensively in support of its mission to maintain and improve the health of Canadians — monitoring trends and exploring values, perceptions, awareness, knowledge and behaviours related to a broad range of health issues.

Highlights of 2003–2004:

- Qualitative and quantitative research was conducted to support the development and implementation of the Tobacco Control Strategy, a \$480 million initiative to reduce tobacco use in Canada.
- Risk perception and attitudes about new and emerging public health threats, such as the West Nile virus, SARS and mad cow disease, were examined.

- Canada's Drug Strategy research focussed specifically on the attitudes of youth toward marijuana, taking into account some of the wider psychosocial factors at play when youth face personal choices about drug use.
- Wide-ranging research explored the attitudes of on-reserve First Nations people toward health issues, including tobacco use, diabetes and injury prevention.
- Several studies explored the topical issues of diet and exercise, examining barriers and motivators both among teens and busy families.

In 2004–2005, health care and reform of the health care system continue as major priorities with research tracking Canadians' opinions about these programs.

The Department will also use public opinion research to support the Healthy Living Strategy, to explore attitudes toward healthy eating, physical activity and chronic disease areas such as cancer and heart health, as well as to monitor risk perceptions around public health threats including pandemic influenza and West Nile Virus.

Human Resources Development Canada *(now Human Resources and Skills Development Canada and Social Development Canada)*

Public opinion research is critical in developing and implementing policies and programs relating to Canada's human resources, providing valuable insights in support of the federal socio-economic strategy with its goal of achieving a high quality of life, inclusive of all Canadians.

For the first time, a comprehensive, national public opinion study on disability issues in Canada was undertaken to gain an understanding of Canadian attitudes toward disability. The Office for Disability Issues commissioned the study because gaining knowledge about public attitudes toward persons with disabilities and disability issues is crucial to opening more opportunities for the full participation of these persons in all aspects of Canadian life.

The research was conducted in two phases: first, a telephone survey of a representative group of 1,843 Canadians followed by qualitative research exploring in greater detail specific findings and themes uncovered in the first phase of the survey.

Access to post-secondary education (PSE) is a critical component of the Government's skills and learning agenda and Human Resources and Skills Development Canada has a number of initiatives designed to alleviate the financial burden of pursuing post-secondary education. A two-phase study of public views on the system of supporting Canadians' access to post-secondary education was undertaken, covering issues pertaining to the quality, accessibility and funding of the education system. Qualitative research was conducted in several locations across Canada which included areas with barriers to PSE such as Glace Bay, Nova Scotia and Vernon, British Columbia. A follow-up quantitative phase built on the information gathered in the qualitative phase.

Other public opinion research included the annual tracking survey on attitudes toward employment insurance, as well as research to support the Government On-Line and the Modernizing Service for Canadians initiatives. An evaluation was undertaken on two major advertising campaigns, one informing Canadians about government services available for children and their families, and one about the new Compassionate Care Benefits.

Planned research will involve issues relating to modernizing service, services for children and their families, the skills and learning agenda, workplace issues, and employment benefits and support measures. It will also track information on established programs.

Canadian Heritage

Eight projects measuring the level of client satisfaction with the Department's programs and services were conducted during the year, including the Minister's Correspondence Unit and participants in the "March 21" anti-racism video competition campaign. Three of the eight projects used the Common Measurement Tool (CMT) in their assessment. As well, six projects tested the increasingly popular Culture.ca site and its promotional material.

The Arts in Canada: Access and Availability Research Study was a major project. Canadian Heritage has a mandate to ensure that Canadians have access to the arts and to support artistic and cultural organizations to help define the Canadian identity. To fulfil that role, it is vital to understand fully Canadians' opinions, experiences and expectations on arts and culture. The study results will be used to develop a Canadian profile and help ensure that policies and programs are realistic and appropriate.

The study consisted of two parts: a quantitative survey of 2,662 Canadians aged 15 and older, including 772 interviews with Canadians in a linguistic minority environment (Francophones outside Quebec and Anglophones in Quebec), followed by a series of 12 focus groups in communities that are representative of the population's relationship to the arts. In the sampling plan (quantitative and qualitative), particular attention was also given to young people and residents in rural communities.

For 2004–2005, the growing trend of determining clients' satisfaction as it relates to Canadian Heritage programs and services will continue. Research will also be used to paint an accurate picture regarding the use of the Internet in presenting and promoting culture, the arts and Canadian diversity.

Foreign Affairs and International Trade Canada (now Foreign Affairs Canada and International Trade Canada)

The Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) used various public opinion research surveys and studies to track attitudes of Canadians to major international activities. Among the research consulted were Environics *Focus Canada Reports*, the DFAIT *Communications Survey*, Communications Canada's *Listening to Canadians*, the EKOS *Public Security Monitor*, EKOS *International Trade Survey* and the PEW *International Survey*.

Highlights of the findings:

- Canadians say their top international concerns are war and the environment, followed by world hunger and terrorism. The public is committed to multilateralism, negotiating new trade agreements, especially in Europe and Asia, creating a safer Canada–United States border and closer cooperation with the United States on security.

- Antipathy toward the present American administration among Canadians over both softwood lumber and beef disputes, together with perceived U.S. unilateralism, is stronger than it was in 2002. (Twenty-seven percent of Canadians say the United States is the most important country for Canada.)

Support for Canada's contribution to the war against terrorism in Afghanistan remains strong, as does support for peacekeeping. Although only 28 percent say the United Nations is an effective organization, 73 percent of Canadians prefer to work with the UN rather than the United States on the world's problems.

Although Canadians see the benefit of trade for the Canadian economy, 88 percent of Canadians believe Canada relies too heavily on trade with the United States and want greater diversification.

Canadians give the Government of Canada high approval ratings for its handling of international affairs over the past year on issues such as the Iraq crisis, the Canada–United States relationship as well as for promoting peace and security, and human rights abroad, and assisting Canadian businesses internationally.

Canada Customs and Revenue Agency (now Canada Revenue Agency)

A principal focus of Canada Customs and Revenue Agency's (CCRA) public opinion research related to services provided to the public, including its fourth large-scale annual survey of high-level opinion indicators. The Agency also conducted projects that examined reactions to its electronic services including the Agency's telephone and Internet tax return filing methods and the usability of its Web site.

The first CCRA Web Site User Survey, undertaken in 2003, consisted of a random national telephone survey of Web site visitors. It provided demographic and behavioural profiles, measured satisfaction with various aspects of the Web site and explored the relationship between the Agency's telephone and Internet service channels. The core survey, with further questions added regarding the use of multiple service channels, was scheduled to be repeated in 2004.

Industry Canada

Industry Canada's public opinion research during 2003–2004 included custom and syndicated projects touching policy and program development, communications planning and evaluation, Web site testing and client satisfaction.

Key research examined the public environment for business and the general public in relation to the Government of Canada's economic and business agenda. The first annual Industry Canada Study focussed on research and development, commercialization, trade and investment. Industry Canada continued to examine the impact of the Internet on Canadians and to advance Government on Line initiatives through Web site development and evaluations. The Department undertook client satisfaction and service channel studies including research on businesses' preferred communication channels. Substantive research was also conducted on consumer protection and campaign public awareness issues. Industry Canada also participated in a number of horizontal research initiatives involving such topics as biotechnology and North American trade.

Agriculture and Agri-Food Canada

Public Opinion Research (POR) was an important tool in advancing Agriculture and Agri-Food Canada's key priorities in 2003–2004. The Department's POR during the year was done in support of the Agricultural Policy Framework (APF), a major federal provincial initiative aimed at positioning Canada as the world leader in the production of food that is of the highest quality and safety, innovative and produced in an environmentally-responsible manner. The Department undertook a number of public opinion research initiatives to obtain measures on perceptions and attitudes of Canadian producers and the general public in a number of areas central to the success of the APF, namely:

- Branding Canada in the agriculture and agri-food industry;
- Policies, programs and initiatives related to food safety;
- Income stabilization and safety net programs;
- Skills training and use of beneficial management practices for farmers;
- Sources of information, awareness of communications initiatives and evaluation of communication products.

A particularly innovative area of investigation concerned public views on functional foods. Close to 3,000 Canadians, including 800 health professionals were surveyed on their awareness, knowledge, views and use of functional foods and nutraceuticals. The surveys were intended to support market development activities.

Natural Resources Canada

Public opinion research at Natural Resources Canada (NRCan) supported policy and program development (e.g., tracking awareness and understanding of climate change and Kyoto, EnerGuide, Energy Star and ethanol-blended gasoline); communications planning and evaluation (e.g., pre-testing ads for the One-Tonne Challenge, post-testing for major Energy Star print and TV ad campaigns); client satisfaction; and internal communications. The Department continues to expand its use of subscription and syndicated research products to support public environment analysis, and as a cost-effective means of exploring gaps in understanding of opinion on certain issues (e.g., corporate social responsibility) and among certain populations.

Web site development and evaluation accounted for one third of the year's projects. This included research for the on-line version of The Atlas of Canada, the Office of Energy Efficiency (OEE) Web site and the Government of Canada Science and Technology Cluster Site, for which NRCan is the lead department. Research for the latter project included focus groups with a variety of audiences, an on-line survey of federal stakeholders and in-depth usability testing with students. The results of this multi-stage research program are vital to the development of a cluster site that provides effective access for Canadians to high-quality, on-line Science and Technology information and other services of the Government of Canada and its partners.

Environment Canada

Environment Canada designed initiatives to support the business lines of conservation, protection and meteorology, as well as ongoing management and human resource efforts internal to the Department. Research conducted over the course of 2003/04 included several internally managed on-line evaluations of products and services; regional studies exploring water issues in the Great Lakes basin and on-line resources in Quebec; client surveys to support environmental protection programs and meteorology services; and a survey to gauge awareness of an article ranking corporate social and environmental performance and its impact on consumer behaviour.

The Department also continued its research program in support of the One Tonne Challenge (OTC), with a literature review and panel survey to examine social engagement issues among Canadian youth. The results of this study will guide social marketing efforts aimed at youth and provide a baseline to assess the effectiveness of these efforts.

In 2004-2005, the Department expects to continue to explore public attitudes on water, toxins, nature and climate change. Initiatives that may be pursued include surveys to examine Canadians' views on water infrastructure, quantity and management, and approaches to addressing climate change. Other research may explore views relating to the *Canadian Environmental Protection Act* (CEPA), contaminated sites, the *Species at Risk Act* (SARA), the management of natural areas and Canada's role in

the management of the environment internationally. The Meteorological Service of Canada has also committed to annual surveys on satisfaction with precipitation forecasts as part of its Service Improvement Initiative.

Treasury Board of Canada Secretariat

The Chief Information Officer Branch (CIOB) of the Treasury Board of Canada Secretariat completed its second full year with the Government On-Line Internet Research Panel. This panel has been called “innovative” by Accenture Consultants and is a key part of what they call the Government of Canada’s “relentless pursuit” of user feedback. A group of Canadian Internet users are recruited to participate in on-line surveys and on-line focus groups throughout the year. The first on-line survey was answered by 6,727 individuals and the second survey by 4,141. There were also five on-line focus groups.

Some of the topics covered with the Government On-Line Internet Research Panel this past year included:

- functionality, navigation and the common look and feel of Government of Canada Web sites;
- privacy, security, authentication and information sharing in an on-line environment;

- development of the Government of Canada Service Vision for Canadians;
- marketing and communications of Government On-Line information and services; and
- accountability and transparency.

In addition to the panel, the CIOB continued to participate in subscription studies such as EKOS’ *Rethinking the Information Highway* and the Institute for Citizen Centered Service’s *Taking Care of Business* study.

The CIOB also conducted national focus groups to support the ongoing development of the Government of Canada’s Secure Channel. Besides using research to refine the Government of Canada’s on-line authentication tool for individuals, it supports the development of an on-line authentication tool for businesses looking to conduct secure on-line transactions with the Government of Canada.

Highlights of Investment in Syndicated Studies

Syndicated Study (Firm)	Departmental Subscriptions	Total Dollars for all Departmental Subscriptions (Thousands of Dollars)
<i>FOCUS CANADA</i> (ENVIRONICS RESEARCH GROUP)	13	305
<i>THE IPSOS TREND REPORT CANADA</i> (IPSOS-REID)	12	124
<i>RETHINKING GOVERNMENT</i> (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	7	216
<i>RETHINKING NORTH AMERICAN INTEGRATION</i> (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	6	134
<i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR</i> (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN)	5*	27
<i>RETHINKING THE INFORMATION HIGHWAY</i> (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	4	257
<i>PUBLIC SECURITY MONITOR</i> (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	4	129
<i>PERSPECTIVES CANADA</i> (PERSPECTIVES CANADA)	4*	111
<i>INTERNATIONAL ENVIRONMENTAL MONITOR</i> (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN)	4*	41
<i>3SC</i> (CROP)	3	155
<i>DUAL DIGITAL DIVIDE</i> (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	3*	48

Government departments and agencies make regular use of syndicated studies to track changes in opinions and attitudes. This table shows the most active firms and the value of the subscriptions. Some departments purchased subscriptions to the same study for another fiscal year as well, but since the investment was made in 2003–2004, it is reflected in this table (*).

Similarly, some departments and agencies invested in omnibus questions in addition to their subscription to a syndicated study.

A thematic overview of syndicated studies is provided in Appendix Three, page 39.

Research Firms Rankings

Top Ten Research Firms for All Public Opinion Research by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	4,539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,232	55
IPSOS-REID	2,639	79
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1,416	29
DECIMA RESEARCH	1,310	38
SAGE RESEARCH	1,231	25
GPC INTERNATIONAL	1,075	11
POLLARA	885	15

This fiscal year the Government of Canada used the services of 87 research firms to fulfil its public opinion research needs compared with 74 firms in 2002–2003.

EKOS Research Associates was the most active research supplier to the Government of Canada, both in the number of projects and dollar value. It had 80 projects with an approximate value of \$4.5 million.

Environics Research Group placed second with 55 projects and an approximate value of \$3.2 million. Seventeen firms had 10 or more projects each.

A complete listing of all the firms can be found in Appendix Two on p.35.

Top Ten Research Firms for Syndicated Studies by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	861
IPSOS-REID	515
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	423
CROP	161
PERSPECTIVES CANADA	111
COMPAS	109
ENVIRONICS INTERNATIONAL *	105
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION OF CANADA	86
GLOBESCAN*	67
MILLWARD BROWN GOLDFARB	66

EKOS Research Associates' syndicated studies accounted for just over 30 percent of the investment by the Government of Canada in syndicated studies, down from about 40 percent the previous year.

Ipsos-Reid and Environics Research Group were second and third, respectively.

** Environics International changed its name to GlobeScan in November, 2003.*

Top Ten Research Firms for Custom Research by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	3,678	51
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	2,808	38
IPSOS-REID	2,124	51
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1,350	27
DECIMA RESEARCH	1,297	36
SAGE RESEARCH	1,231	25
GPC INTERNATIONAL	1,075	11
POLLARA	869	14

EKOS Research Associates and Ipsos-Reid both had 51 custom research projects but the dollar value of the EKOS work was higher. In dollar value, Environics Research Group placed second.

Appendix One

Complete Listing of Departments and Agencies by Business Volume

Department/Agency	Thousands of Dollars	Number of Projects
HEALTH CANADA	4,866	105
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA	3,720	63
CANADIAN HERITAGE	1,758	42
COMMUNICATION CANADA	1,459	22
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	1,337	23
CANADA CUSTOMS AND REVENUE AGENCY	1,304	21
INDUSTRY CANADA	1,174	38
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	962	20
NATURAL RESOURCES CANADA	912	31
ENVIRONMENT CANADA	717	27
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	615	13
CITIZENSHIP AND IMMIGRATION CANADA	561	19
INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS CANADA	511	17
DEPARTMENT OF JUSTICE CANADA	510	16
FINANCE CANADA	510	9
CANADA INVESTMENT AND SAVINGS	479	5
PARKS CANADA	425	13
VETERANS AFFAIRS CANADA	413	6
NATIONAL DEFENCE	398	13
TRANSPORT CANADA	324	6
CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY	297	8
PRIVY COUNCIL OFFICE	254	10

Complete Listing of Departments and Agencies by Business Volume (Continued)

Department/Agency	Thousands of Dollars	Number of Projects
ATLANTIC CANADA OPPORTUNITIES AGENCY	243	8
FISHERIES AND OCEANS CANADA	195	6
ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE	194	4
CANADIAN INTERNATIONAL DEVELOPMENT AGENCY	143	5
WESTERN ECONOMIC DEVELOPMENT	128	7
CANADA ECONOMIC DEVELOPMENT FOR QUEBEC REGIONS	126	1
PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA	117	3
STATISTICS CANADA	93	6
CANADIAN INSTITUTES OF HEALTH RESEARCH	84	4
NATIONAL ENERGY BOARD	82	1
FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA	75	2
NATIONAL RESEARCH COUNCIL CANADA	66	3
CANADIAN RADIO-TELEVISION AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION	65	2
INFRASTRUCTURE CANADA	51	2
ELECTIONS CANADA	41	2
SOLICITOR GENERAL	32	1
LIBRARY OF PARLIAMENT	28	1
THE OFFICE OF CRITICAL INFRASTRUCTURE PROTECTION AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA	25	1
NATIONAL ARCHIVES OF CANADA	25	1
PUBLIC SERVICE COMMISSION	24	1
OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES	24	1
COMMUNICATIONS SECURITY ESTABLISHMENT	24	1
LAW COMMISSION OF CANADA	16	1
INTERGOVERNMENTAL AFFAIRS	6	1
STATUS OF WOMEN CANADA	5	1
CANADIAN NUCLEAR SAFETY COMMISSION	5	1
INDIAN RESIDENTIAL SCHOOLS RESOLUTION CANADA	4	1

Appendix Two

Complete Listing of Research Firms by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	4,539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,232	55
IPSOS-REID	2,639	79
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1,416	29
DECIMA RESEARCH	1,310	38
SAGE RESEARCH	1,231	25
GPC INTERNATIONAL	1,075	11
POLLARA INC.	885	15
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	492	16
BINARIUS RESEARCH GROUP	440	12
CIRCUM NETWORK INC.	440	11
CROP	383	10
ROYAL CANADIAN LEGION	314	1
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	304	10
LÉGER MARKETING	274	3
COMPAS	227	10
D-CODE	199	8
ENVIRONICS INTERNATIONAL / GLOBESCAN	196	18
DELTA MEDIA	171	6
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	156	4

Complete Listing of Research Firms by Business Volume (Continued)

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
PERSPECTIVES CANADA	111	4
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	101	5
THE STRATEGIC COUNSEL	96	4
VIEWSTATS RESEARCH	96	1
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION OF CANADA	86	2
THE BERGER MONITOR	85	3
AD HOC MARKETING	74	4
PRICEWATERHOUSECOOPERS	68	1
THE EARNSCLIFFE STRATEGY GROUP	67	3
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	67	3
WESTERN OPINION RESEARCH	50	2
FIRST NATIONS CENTRE	50	1
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
BRISTOL GROUP	48	3
CANADIAN MEDIA RESEARCH CONSORTIUM	43	2
ACNIELSEN	41	3
VISION RESEARCH	40	2
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	36	3
SQM GROUP	32	2
CARLETON UNIVERSITY SURVEY CENTRE	25	1
GUILBAULT ET ASSOCIÉS	25	1
THE STUDENTS COMMISSION/THE CENTRE OF EXCELLENCE FOR YOUTH ENGAGEMENT	25	1
YOUTHOGRAHY	25	1
MEMORIAL UNIVERSITY	25	1
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	25	1
BEARING POINT	25	1

Complete Listing of Research Firms by Business Volume (Continued)

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
VALSAR, CONSULTING SERVICE AND OPERATIONS	25	1
CHANGEMAKERS	25	1
GLOBAL CHANGE STRATEGIES INTERNATIONAL	25	1
THE BRAINSTORM GROUP	25	1
ONE WORLD	25	1
SOLUGIK AFFAIRES PUBLIQUES	25	1
ROWANWOOD CONSULTING	24	1
DENNERY RESSOURCES	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	24	1
STRATEGIC NAVIGATOR	24	1
IN-TOUCH SURVEY SYSTEMS	24	1
NP53 MARKETING GROUP	24	1
MCCLURE & CO.	21	1
CREATIVE RESEARCH INTERNATIONAL	21	1
ALTITUDE GROUPE CONSEIL	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
CANWEST OPINION RESEARCH	18	1
CANADIAN BUREAU OF INTERNATIONAL EDUCATION	16	1
MASKERY	16	1
GENESIS PUBLIC OPINION RESEARCH	16	1
M.H. & L.T. DICKENSON CONSULTANT	16	1
SATISFACTS RESEARCH GROUP	14	1
PEOPLEWATCH CANADA	12	1
HARLEY HOUSE CONSULTANTS	11	1
INSIGHTRIX	11	1
LEVERUS	11	1

Complete Listing of Research Firms by Business Volume (Continued)

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
GARY BREEN AND ASSOCIATES	10	1
ENIGMA RESEARCH CORPORATION	10	1
TARGET CALL CENTRE	7	1
FAST CONSULTING	7	1
MALKALM CONSULTANTS	5	1
BATH & ASSOCIATES	5	1
AURORA RESEARCH INSTITUTE (CANADIAN CLIMATE IMPACTS AND ADAPTATION RESEARCH NETWORK – NORTH (NWT))	5	1
JOHN HOWARD SOCIETY OF MANITOBA	5	1
SHARPE DECISIONS	4	1
CONTINUUM RESEARCH	4	1
ALLIUM CONSULTING GROUP	4	1
GALLUP CANADA	0.136	1

Appendix Three

Thematic Overview of Syndicated Studies in 2003–2004

The Government of Canada subscribed to various syndicated studies that dealt with a wide variety of issues. Below is a thematic overview of these studies.

National Public Opinion Overviews

3SC (CROP)

Citizens First (Institute of Public Administration of Canada)

Environmental Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Focus Canada (Environics Research Group)

Perspectives Canada (Perspectives Canada)

Rethinking Government
(EKOS Research Associates)

Survey of Border Towns
(EKOS Research Associates)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Regional Reports

Atlantic Omnibus Report
(Corporate Research Associates)

Looking West (Canada West Foundation)

North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)

Ontario Trend Report (Ipsos-Reid)

Options for Western Canada (Ipsos-Reid)

CROP-Express (CROP)

International Issues

Corporate Social Responsibility Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Food Issues Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Gallup Poll Tuesday Briefing, ePublication
(The Gallup Organization)

Global Issues Monitor
(Environics International/GlobeScan)

International Environmental Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Rethinking North American Integration
(EKOS Research Associates)

*Rethinking Work: Understanding the New
North American Workforce and Workplace*
(EKOS Research Associates)

Survey of International Students in Canada
(Canadian Bureau of International Education)

Survey of Sustainability Experts
(Environics International/GlobeScan)

World Monitor (Ipsos-Reid)

Health Issues

Berger Population Health Monitor
(Earl Berger)

Canadians and Obesity – Measuring Awareness: Weighing Options (Ipsos-Reid)

Food for Thought (Compas)

HealthInsider (IBM Business Consulting Services)

Health Vision (ACNielsen)

Kids, Food and Obesity (Ipsos-Reid)

On Call: Compas on Emerging Diseases, Study 2, West Nile Disease (Compas)

The Compas SARS Project (Compas)

The West Nile Virus in Canada
(Decima Research)

High Technology, Innovation and Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report
(Ipsos-Reid)

Canadian Internet Project
(Canadian Media Research Consortium)

Internet Planner (ACNielsen)

The Face of the Web (Ipsos-Reid)

Rethinking the Information Highway
(EKOS Research Associates)

The Dual Digital Divide: Inclusion and Understanding Barriers
(EKOS Research Associates)

Security

Policing Perspectives – Public Perceptions of Law Enforcement in Canada (Pollara)

Public Safety and Security in the New Millennium (Ipsos-Reid)

Public Security Monitor
(EKOS Research Associates)

Business/Economic Issues

The Business Agenda (Compas)

Consumer TrendZ Report – formerly the Goldfarb Report
(Millward Brown Goldfarb)

Investment & Trade Promotion-Communications Product Testing
(The Earncliffe Strategy Group Inc.)

Marketing/Communications

Agricultural Event Marketing Survey
(Enigma Research Corporation)

Canadian Media Relations Review
(Ipsos-Reid)

Other Topics

Building Civic Engagement Among the Information Age Generations (D-Code)

Public Views Regarding Aboriginal People
(Ipsos-Reid)

Reconnecting Government with Youth
(Ipsos-Reid)

SheWatch (PeopleWatch Canada)

Appendix Four

Standing Offers

Series A – Qualitative Research

- The Strategic Counsel Inc.
- Environics Research Group
- The Earnscliffe Strategy Group Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Sage Research Corporation
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.

Series B – Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Corporate Research Associates Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.

- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Decima Research Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earnscliffe Strategy Group Inc.

Series C – Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earnscliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara Inc.

Supply Arrangements

Series A – Qualitative Research

- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Decima Research Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research Corporation
- TNS Canadian Facts Inc.
- EKOS Research Associates Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Groups Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing Corporation
- Pollara Inc.

Series B – Quantitative Research

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- The Strategic Counsel Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Decima Research Inc.
- Ipsos-Reid Corporation

- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Series C – Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Decima Research Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International

Série A – Recherche qualitative

- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research Corporation
- TNS Canadian Facts Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Corporation
- Pollara Inc.

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- The Strategic Counsel Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Centre de recherche Décima Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

*Série C – Recherche qualitative
ou quantitative*

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International

Offres à commandes

Série A – Recherche qualitative

- The Strategic Counsel Inc.
- Environics Research Group
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Sage Research Corporation
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec + Pollara Inc.

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Corporate Research Associates Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec + Centre de recherche Décima Inc.

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Pollara Inc.
- GPC International
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.

Enjeux relatifs à la santé

Berger Population Health Monitor
(Earl Berger)
Canadians and Obesity – Measuring Awareness: Highlighting Options (Ipsos-Reid)
Food for Thought (Compas)
HealthInsider
(IBM Business Consulting Services)
Health Vision (ACNielsen)
Kids, Food and Obesity (Ipsos-Reid)
On Call: Compas on Emerging Diseases, Study 2, West Nile Disease (Compas)
The Compas SARS Project (Compas)
The West Nile Virus in Canada
(Centre de recherche Déclima)

Haute technologie, innovation et Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)
Canadian Internet Project (Consortium canadien de recherche sur les médias)
Internet Planner (ACNielsen)
The Face of the Web (Ipsos-Reid)
Rebinking the Information Highway (Les Associés de recherche EKOS)
The Dual Digital Divide: Inclusion and Understanding Barriers (Les Associés de recherche EKOS)

Sécurité

Policing Perspectives – Public Perceptions of Law Enforcement in Canada (Pollara)
Public Safety and Security in the New Millennium (Ipsos-Reid)
Public Security Monitor
(Les Associés de recherche EKOS)
Affaires et questions d'ordre économique
The Business Agenda (Compas)
Consumer TrendZ Report – autrefois le Rapport Goldfarb (Millward Brown Goldfarb)
Investment & Trade Promotion – Communications Product Testing (The Farncliffe Strategy Group)

Marketing et communications

Agricultural Event Marketing Survey (Enigma Research Corporation)
Canadian Media Relations Review (Ipsos-Reid)
Autres sujets
Building Civic Engagement Among the Information Age Generations (D-Code)
Public Views Regarding Aboriginal People (Ipsos-Reid)
Reconnecting Government with Youth (Ipsos-Reid)
SheWatch (PeopleWatch Canada)

Aperçu thématique
des études multiclient
en 2003-2004

Le gouvernement du Canada s'est abonné à plusieurs études multiclientes portant sur une vaste gamme de questions. Un aperçu thématique de ces études se trouve ci-dessous.

Aperçu de l'opinion publique nationale
3SC (CROP)

Les citoyens d'abord (Institut d'administration publique du Canada)
Environmental Monitor (Environics International/GlobeScan)
Focus Canada (Environics Research Group)
Perspectives Canada (Perspectives Canada)
Rethinking Government (Les Associés de recherche EKOS)
Survey of Border Towns (Les Associés de recherche EKOS)
The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Enjeux internationaux

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)
Looking West (Canada West Foundation)
North of 60 and Remote Community Monitor (Environics Research Group)
Ontario Trend Report (Ipsos-Reid)
Options for Western Canada (Ipsos-Reid)
CROP-Express (CROP)

Rapports régionaux

Corporate Social Responsibility Monitor (Environics International/GlobeScan)
Food Issues Monitor (Environics International/GlobeScan)
Gallup Poll Tuesday Briefing, publication électronique (The Gallup Organization)
Global Issues Monitor (Environics International/GlobeScan)
International Environmental Monitor (Environics International/GlobeScan)
Rethinking North American Integration (Les Associés de recherche EKOS)
Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace (Les Associés de recherche EKOS)
Survey of International Students in Canada (Bureau canadien de l'éducation internationale)
Survey of Sustainability Experts (Environics International/GlobeScan)
World Monitor (Ipsos-Reid)

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
GARY BREEN AND ASSOCIATES	10	1
ENIGMA RESEARCH CORPORATION	10	1
TARGET CALL CENTRE	7	1
FAST CONSULTING	7	1
MAKALM CONSULTANTS	5	1
BATH & ASSOCIATES	5	1
AURORA RESEARCH INSTITUTE (CANADIAN CLIMATE IMPACTS ET ADAPTATION RESEARCH NETWORK – NORTH (NWT))	5	1
JOHN HOWARD SOCIETY OF MANITOBA	5	1
SHARPE DECISIONS	4	1
CONTINUUM RESEARCH	4	1
ALLUM CONSULTING GROUP	4	1
GALLUP CANADA	0,136	1

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
VALSAR, CONSULTING SERVICE AND OPERATIONS	25	1
CHANGEMAKERS	25	1
GLOBAL CHANGE STRATEGIES INTERNATIONAL	25	1
THE BRAINSTORM GROUP	25	1
ONE WORLD	25	1
SOLUGIK AFFAIRES PUBLIQUES	25	1
ROWANWOOD CONSULTING	24	1
DENNERY RESSOURCES	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
Goss, Gilroy & Associates	24	1
STRATEGIC NAVIGATOR	24	1
IN-TOUCH SURVEY SYSTEMS	24	1
NP53 MARKETING GROUP	24	1
McCLURE & Co.	21	1
CREATIVE RESEARCH INTERNATIONAL	21	1
ALTITUDE GROUPE CONSEIL	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
CANWEST OPINION RESEARCH	18	1
BUREAU CANADIEN DE L'ÉDUCATION INTERNATIONALE	16	1
MASKERY	16	1
GENESIS PUBLIC OPINION RESEARCH	16	1
M.H. & L.T. DICKENSON CONSULTANT	16	1
SATISFACTS RESEARCH GROUP	14	1
PEOPLEWATCH CANADA	12	1
HARLEY HOUSE CONSULTANTS	11	1
INSIGHTRIX	11	1
LEVERUS	11	1

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
PERSPECTIVES CANADA	111	4
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	101	5
THE STRATEGIC COUNSEL	96	4
VIEWSTATS RESEARCH	96	1
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	86	2
LE SONDAGE BERGER	85	3
AD HOC MARKETING	74	4
PRICEWATERHOUSECOOPERS	68	1
THE EARNSCLIFFE STRATEGY GROUP	67	3
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	67	3
WESTERN OPINION RESEARCH	50	2
FIRST NATIONS CENTRE	50	1
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
BRISTOL GROUP	48	3
CONSORTIUM CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES MÉDIAS	43	2
ACNIELSEN	41	3
VISION RESEARCH	40	2
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	36	3
SQM GROUP	32	2
CARLETON UNIVERSITY SURVEY CENTRE	25	1
GUILBAULT ET ASSOCIÉS	25	1
LA COMMISSION DES ÉTUDIANTS/ LE CENTRE D'EXCELLENCE POUR L'ENGAGEMENT DES JEUNES	25	1
YOUTHOGRAHY	25	1
MEMORIAL UNIVERSITY	25	1
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	25	1
BEARING POINT	25	1

Annexe 2

Liste complète des sociétés de recherche
selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 232	55
IPSOS-REID	2 639	79
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 416	29
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 310	38
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	885	15
PATTERSON LANGLOIS CONSULTANTS	492	16
BINARIUS RESEARCH GROUP	440	12
RÉSEAU CIRCUM INC.	440	11
CROP	383	10
LÉGION ROYALE CANADIENNE	314	1
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	304	10
LÉGER MARKETING	274	3
COMPAS	227	10
D-CODE	199	8
ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN	196	18
DELTA MEDIA	171	6
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	156	4

Ministère ou organisme

En milliers de dollars

Nombre de projets

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	243	8
PÊCHES ET OCÉANS CANADA	195	6
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	194	4
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	143	5
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	128	7
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU CANADA POUR LES RÉGIONS DU QUÉBEC	126	1
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	117	3
STATISTIQUE CANADA	93	6
INSTITUTS DE RECHERCHE EN SANTÉ DU CANADA	84	4
OFFICE NATIONAL DE L'ÉNERGIE	82	1
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	75	2
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES CANADA	66	3
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	65	2
INFRASTRUCTURES CANADA	51	2
ÉLECTIONS CANADA	41	2
SOLICITEUR GÉNÉRAL DU CANADA	32	1
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT	28	1
BUREAU DE LA PROTECTION DES INFRASTRUCTURES ESSENTIELLES ET DE LA PROTECTION CIVILE	25	1
ARCHIVES NATIONALES DU CANADA	25	1
COMMISSION DE LA FONCTION PUBLIQUE	24	1
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	24	1
CENTRE DE LA SÉCURITÉ DES TÉLÉCOMMUNICATIONS	24	1
COMMISSION DU DROIT DU CANADA	16	1
AFFAIRES INTERGOUVERNEMENTALES	6	1
CONDITION FÉMININE CANADA	5	1
COMMISSION CANADIENNE DE SÛRETÉ NUCLÉAIRE	5	1
RÉSOLUTION DES QUESTIONS DES PENSIONNATS INDIENS DU CANADA	4	1

Annexe I

Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités

Ministère ou organisme
En milliers de dollars
Nombre de projets

SANTÉ CANADA	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 758	42
COMMUNICATION CANADA	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	717	27
SECURITARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	615	13
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	561	19
AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	511	17
JUSTICE CANADA	510	16
FINANCES CANADA	510	9
PLACEMENTS ÉPARGNE CANADA	479	5
PARCS CANADA	425	13
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	413	6
DÉFENSE NATIONALE	398	13
TRANSPORTS CANADA	324	6
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	297	8
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	254	10

Dix premières sociétés de recherche pour la recherche personnalisée selon le volume d'activités

Société

En milliers de dollars

Nombre de projets

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	3 678	51
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	2 808	38
IPSOS-REID	2 124	51
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 350	27
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 297	36
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	869	14

Les Associés de recherche EKOS et Ipsos-Reid ont tous deux mené 51 projets de recherche personnalisée, mais la valeur monétaire du travail d'EKOS était plus élevée. En termes de valeur monétaire, Environics Research Group se classait au second rang.

Dix premières sociétés de recherche pour les études multiclients selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	861
IPSOS-REID	515
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	423
CROP	161
PERSPECTIVES CANADA	111
COMPAS	109
ENVIRONICS INTERNATIONAL *	105
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	86
GLOBESCAN *	67
MILLWARD BROWN GOLDFARB	66

Les études multiclients des Associés de recherche EKOS représentaient tout juste plus de 30 % de l'investissement du gouvernement du Canada en recherche multiclients, soit une baisse d'environ 40 % par rapport à l'année précédente.

Ipsos-Reid et Environics Research Group se classaient respectivement au deuxième et au troisième rang. ** En novembre 2003, Environics International a adopté le nom de GlobeScan.*

Classement des sociétés de recherche

Dix premières sociétés de recherche pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités

Société
En milliers de dollars
Nombre de projets

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 232	55
IPSOS-REID	2 639	79
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 416	29
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 310	38
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	885	15

Au cours du présent exercice, le gouverne-
ment du Canada a eu recours aux services
de 87 sociétés de recherche pour combler
ses besoins en recherche sur l'opinion
publique en comparaison à 74 sociétés en
2002-2003. Le gouvernement du Canada
considérerait Les Associés de recherche
EKOS comme son fournisseur de recherche
le plus actif pour ce qui est du nombre de
projets et de leur valeur monétaire.

Ils ont mené 80 projets pour une valeur
approximative de 4,5 millions de dollars.
Environics Research Group s'est classé au
deuxième rang avec 55 projets et une valeur
approximative de 3,2 millions de dollars.
Dix-sept (17) sociétés ont réalisé 10 projets
ou plus chacune.

Une liste complète de toutes ces
entreprises se trouve à l'annexe 2, page 35.

Les ministères et les organismes du gouvernement font un usage régulier des études multiclientes pour suivre l'évolution des opinions et des attitudes. Le présent tableau indique les noms des sociétés les plus actives et la valeur des abonnements. Certains ministères achètent des abonnements à la même étude pour un autre exercice, mais comme ils ont fait la dépense en 2003-2004, elle apparaît dans le tableau ci-dessus (*).

De même, certains ministères et organismes ont investi dans des questions omnibus en plus de leur abonnement à des études multiclientes. Un aperçu thématique des études multiclientes se trouve à l'annexe 3, page 39.

Points saillants des investissements
dans les études multicients

Études multicients (Société)
Nombre de ministères abonnés
Coût total pour l'ensemble des abonnements ministériels (en milliers de dollars)

Focus Canada	13	305
(ENVIRONICS RESEARCH GROUP)		
THE IPSOS TREND REPORT CANADA	12	124
(IPSOS-REID)		
RETHINKING GOVERNMENT	7	216
(LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)		
RETHINKING NORTH AMERICAN INTEGRATION	6	134
(LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)		
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR	5*	27
(ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN)		
RETHINKING THE INFORMATION HIGHWAY	4	257
(LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)		
PUBLIC SECURITY MONITOR	4	129
(LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)		
PERSPECTIVES CANADA	4*	111
(PERSPECTIVES CANADA)		
INTERNATIONAL ENVIRONMENTAL MONITOR	4*	41
(ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN)		
JSC	3	155
(CROP)		
Dual Digital Divide	3*	48
(LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)		

internationale. Le Service météorologique du Canada s'était engagé à mener des sondages annuels sur la satisfaction à l'égard des prévisions sur les précipitations en vertu de l'Initiative d'amélioration des services.

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

La Direction du dirigeant principal de l'information (DDPI) du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a terminé, avec le groupe de recherche sur le Gouvernement en direct, une deuxième année complète de travaux sur Internet. Les consultants de la société Accenture ont qualifié ce groupe de « novateur » et il joue effectivement un rôle clé dans ce qu'ils appellent la « recherche inlassable » des commentateurs des utilisateurs menée par le gouvernement du Canada. Un groupe d'utilisateurs canadiens d'Internet est recruté pour participer à des sondages en ligne et à des groupes de discussion en ligne tout au long de l'année. Au total, 6 727 personnes ont répondu au premier sondage en ligne et 4 141 ont répondu au deuxième. Il y avait aussi cinq groupes de discussion en ligne. Au nombre des sujets couverts au cours de l'année par le groupe de recherche sur le Gouvernement en direct par le biais d'Internet se trouvaient les suivants :

- fonctionnalité, navigation et normalisation de l'aspect et de la convivialité des sites Internet du gouvernement du Canada;
- confidentialité, sécurité, authentification et partage de l'information dans un contexte en ligne;
- élaboration de la vision du gouvernement du Canada en ce qui a trait aux services à l'intention des Canadiens;

En plus du groupe de recherche, la DDPI continue à participer à des études par abonnement comme *Rethinking the Information Highway* des Associés de recherche EKOS et *Taking Care of Business* de l'Institut des services axés sur les citoyens.

La DDPI a en outre dirigé des groupes de discussion nationaux pour soutenir le développement continu de la voie de communication protégée du gouvernement du Canada. En plus de recourir à la recherche pour perfectionner l'outil d'authentification en ligne du gouvernement du Canada à l'intention des particuliers, la DDPI a appuyé l'élaboration d'un outil d'authentification destiné aux entreprises qui cherchent à conclure des transactions sécuritaires en ligne avec le gouvernement du Canada.

- marketing et communication de l'information et des services du Gouvernement en direct;
- obligation de rendre compte et transparence.

Environnement Canada a conçu des initiatives afin d'appuyer les secteurs d'activités concernant la conservation, la protection et la météorologie ainsi que pour soutenir les enjeux de la gestion et des ressources humaines internes au Ministère. La recherche effectuée au cours des années 2003 et 2004 comprend plusieurs initiatives d'évaluation en ligne de produits et de services gérés à l'interne, des études régionales explorant des questions hydrologiques dans le bassin des Grands Lacs et des ressources en ligne au Québec, des sondages auprès des clients pour appuyer des programmes de protection de l'environnement et des services météorologiques, de même qu'un sondage pour jauger la connaissance d'un article classant le rendement social et environnemental d'entreprises et ses répercussions sur le comportement des consommateurs.

Le Ministère a également poursuivi son programme de recherche à l'appui du Défi d'une tonne en procédant à un examen de la documentation et en effectuant un sondage par panel pour étudier différentes questions d'engagement social chez les jeunes Canadiens. Les résultats de cette étude guideront les efforts de marketing social visant la jeunesse et fourniront un plan de base pour évaluer l'efficacité de ces efforts.

En 2004-2005, le Ministère prévoit continuer à explorer les attitudes du public sur l'eau, les toxines, la nature et le changement climatique. Les initiatives auxquelles nous pourrions donner suite comprennent les sondages d'opinion auprès des Canadiens et des Canadiennes quant à leurs points de vue sur l'infrastructure aquatique, la quantité et la gestion de l'eau, et des approches au changement climatique. D'autres recherches pourraient explorer les opinions des Canadiens concernant la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement*, les sites contaminés, la *Loi sur les espèces en péril*, la gestion des sites naturels et le rôle du Canada dans la gestion de l'environnement à l'échelle

La recherche sur l'opinion publique à Ressources naturelles Canada (RNCan) desservait l'élaboration des politiques et des programmes (p. ex., le suivi de la sensibilité au changement climatique et au Protocole de Kyoto et la compréhension de ces questions, EnerGuide, Energy Star et l'essence-éthanol); la planification et l'évaluation des communications (p. ex., les pré-tests des publicités se rapportant au Défi d'une tonne, les post-tests des principales campagnes de publicité Energy Star dans la presse écrite et à la télévision); la satisfaction des clients ainsi que les communications internes. Le Ministère continue à faire un usage grandissant des produits de recherche auxquels il s'abonne et des produits multilingues pour sous-tendre l'analyse du contexte public. La recherche constitue par ailleurs un moyen économique d'explorer les lacunes qui se manifestent dans sa compréhension de l'opinion publique sur certains sujets (p. ex., la responsabilité sociale des entreprises) et dans certaines populations.

L'élaboration du site Web et son évaluation représentent un tiers des projets de l'année dont la recherche s'appliquant à l'Atlas du Canada en ligne, au site Web de l'Office de l'efficacité énergétique (OEE) et à l'ensemble des sites du gouvernement du Canada consacrés aux sciences et à la technologie pour lesquels RNCan est le ministère principal. La recherche liée à ce projet exigeait des groupes de discussion avec divers publics, un sondage en ligne auprès des intervenants fédéraux et des essais de convivialité en profondeur avec les étudiants. Les résultats de ce programme de recherche en plusieurs étapes sont essentiels au développement d'un site en grappe qui donne aux Canadiens un accès efficace à des renseignements et à d'autres services en ligne de grande qualité en matière de sciences et de technologies, site auquel participent le gouvernement du Canada et ses partenaires.

En 2003-2004, la recherche sur l'opinion publique à Industrie Canada comprenait des projets personnalisés et multidisciplinaires relatifs à l'élaboration des politiques et des programmes, à la planification et à l'évaluation des communications, à l'essai du site Web et à la satisfaction des clients. La principale recherche portait sur l'environnement public des entreprises et le grand public en rapport avec le programme économique et d'affaires du gouvernement du Canada. La première étude annuelle d'Industrie Canada mettait l'accent sur la recherche et le développement, la commercialisation, le commerce et l'investissement. Industrie Canada a continué à étudier l'incidence d'Internet sur les Canadiens et à faire progresser les initiatives liées au Gouvernement en direct grâce au développement et aux évaluations du site Web. Le Ministère s'est penché sur la satisfaction de sa clientèle et les études sur les voies de service dont la recherche sur les voies de communication préférées des entreprises. Il a également effectué une recherche de fond sur la protection des consommateurs et une campagne de sensibilisation du public à cet effet. Industrie Canada a aussi participé à certaines initiatives de recherche horizontale portant sur des sujets comme la biotechnologie et le commerce nord-américain.

La recherche sur l'opinion publique (ROP) est un outil important qui a fait progresser les principales priorités d'Agriculture et Agroalimentaire Canada en 2003-2004. La ROP menée par le Ministère au cours de l'année appuyait le Cadre stratégique pour l'agriculture (CSA), une initiative fédérale-provinciale majeure qui visait à positionner le Canada en tant que chef de file mondial dans la production d'aliments répondant aux normes de qualité et de salubrité les plus élevées, tout en étant novateurs et produits de manière à respecter l'environnement. Le Ministère a pris un certain nombre d'initiativ

es en recherche sur l'opinion publique pour mesurer les perceptions et les attitudes des producteurs canadiens et du grand public dans certains domaines essentiels au succès du CSA, notamment :

- le marquage du Canada dans l'industrie agricole et agroalimentaire;
- les politiques, les programmes et les initiatives se rapportant à la salubrité des aliments;
- la stabilisation du revenu et les programmes de protection du revenu; la formation axée sur les compétences et l'utilisation de pratiques de gestion bénéficiant aux agriculteurs;
- les sources d'information, la sensibilisation aux initiatives de communication et l'évaluation des produits de communication.

Un domaine d'enquête particulièrement nouveau concernait les vues du public sur les aliments fonctionnels. Près de 3 000 Canadiens, dont 800 professionnels de la santé, ont été sondés quant à leur sensibilisation, leurs connaissances et leurs opinions relatives aux aliments fonctionnels et nutriceutiques de même que l'usage qu'ils en font. Les sondages avaient pour but d'appuyer les activités de développement des marchés.

Agence des douanes et du revenu du Canada (maintenant Agence du revenu du Canada)

L'un des points centraux de la recherche sur l'opinion publique effectuée par l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) visait les services fournis au public et comprenait son quatrième sondage annuel à grande échelle comportant des indicateurs d'opinion de haut niveau. L'Agence a aussi mené des études pour connaître les réactions du public à ses services électroniques, notamment aux méthodes de production des déclarations de revenus par téléphone et par Internet et à l'utilisation de son site Web. Le premier sondage à l'intention des utilisateurs du site Web de l'ADRC, entrepris en 2003, consistait en un sondage téléphonique national par échantillons aléatoires s'adressant aux visiteurs de son site Web. Ce sondage fournissait des profils démographiques et comportementaux, évaluait le niveau de satisfaction envers divers aspects du site Web et explorait les rapports entre les voies de service par téléphone et Internet. On prévoit répéter en 2004 l'enquête de base à laquelle on aura ajouté des questions supplémentaires sur l'usage des voies de communication à services multiples.

Chez les Canadiens, l'antipathie à l'égard de la présente administration américaine sur les différends sur le bois d'œuvre et le bœuf, de même que la perception de l'unilatéralisme des États-Unis sont plus forts qu'en 2002. (Vingt-sept pour cent [27 %] des Canadiens disent que les États-Unis sont le pays le plus important pour le Canada.) L'appui accordé à la contribution du Canada à la guerre contre le terrorisme en Afghanistan demeure fort, tout comme le soutien au maintien de la paix. Bien qu'à seulement 28 % des répondants disent que les Nations Unies sont une organisation efficace, 73 % des Canadiens préfèrent travailler avec les Nations Unies plutôt qu'avec les États-Unis lorsqu'il s'agit des problèmes mondiaux. Bien que les Canadiens perçoivent les avantages du commerce pour leur économie, 88 % d'entre eux croient que le Canada dépend trop lourdement du commerce avec les États-Unis et désirent une plus grande diversification. Les Canadiens accordent de fortes cotes de confiance au gouvernement du Canada pour la façon dont il a traité les affaires internationales au cours de la dernière année, par exemple la crise en Irak, les relations canado-américaines, la promotion de la paix et de la sécurité, la promotion des droits de la personne à l'étranger et l'aide aux entreprises canadiennes dans les autres pays.

Au cours de l'exercice 2003-2004, le Ministère a mené huit projets de mesure du taux de satisfaction de la clientèle envers ses programmes et ses services dont celle du service de la correspondance ministérielle et de la participation au concours vidéo de la campagne du « 21 mars » contre le racisme. Pour trois des huit projets, nous avons utilisé l'Outil de mesures communes (OMC). Par ailleurs, six projets ont permis de tester le site Culture.ca, de plus en plus populaire, ainsi que le matériel servant à en faire la promotion.

Les arts au Canada : Etude sur l'accessibilité et la disponibilité est un des projets d'importance réalisés en 2003-2004. Patrimoine canadien a pour mandat de rendre les arts accessibles aux Canadiens et d'appuyer les organisations artistiques et culturelles qui contribuent à définir l'identité canadienne. Dans ce contexte, il est essentiel de pleinement comprendre les opinions, les expériences et les attentes des Canadiens quant à leurs rapports avec les arts et la culture. Les résultats obtenus serviront à dresser un bilan de la situation qui nous aidera à bien orienter nos politiques et nos programmes liés aux arts et à la culture et à veiller à ce qu'ils soient réalistes.

Patrimoine canadien a donc mené une étude en deux volets : un sondage quantitatif auprès de 2 662 Canadiens de 15 ans et plus, y compris 772 entrevues auprès de Canadiens vivant en situation linguistique minoritaire (francophones hors Québec et anglophones du Québec). Ce sondage a été suivi d'une série de 12 groupes de discussion dans des localités représentatives des rapports de la population avec les arts. Dans le plan d'échantillonnage (quantitatif et qualitatif), nous avons porté une attention particulière aux jeunes et aux résidents des communautés rurales.

En 2004-2005, nous croyons que la tendance croissante à sonder la satisfaction des diverses clientèles dans le but d'améliorer les programmes et services de Patrimoine canadien se maintiendra. La recherche permettra également de dresser un juste portrait de l'utilisation d'Internet en tant que véhicule de communication pour diffuser et promouvoir la culture, les arts et la diversité canadienne.

Affaires étrangères et Commerce international Canada

(maintenant Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada)

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a employé divers sondages de recherche sur l'opinion publique et diverses études pour suivre l'évolution des attitudes des Canadiens en ce qui concerne les grandes activités internationales. Parmi les ouvrages de recherche consultés figuraient les rapports *Focus Canada* de Environics, le *Sondage sur les communications* du MAECI, *À l'écoute des Canadiens* de Communication Canada, le *Public Security Monitor* et le *International Trade Survey* des Associés de recherche EKOS ainsi que le *PEW International Survey*.

■ Les Canadiens disent qu'au plan international, leurs principales préoccupations sont la guerre et l'environnement, suivis de la faim dans le monde et du terrorisme. Le public est engagé envers le multilatéralisme, la négociation de nouveaux accords commerciaux, particulièrement en Europe et en Asie, la création d'une frontière plus sécuritaire entre le Canada et les États-Unis et une coopération plus étroite avec les États-Unis en matière de sécurité.

La recherche sur l'opinion publique est essentielle à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques et des programmes se rapportant aux ressources humaines canadiennes, car elle fournit des connaissances approfondies qui sous-tendent la stratégie socioéconomique fédérale visant une grande qualité de vie pour tous les Canadiens.

Pour la première fois, une étude exhaustive de l'opinion publique nationale sur les questions touchant les personnes handicapées a été entreprise pour comprendre les attitudes des Canadiens à cet égard. Le Bureau de la condition des personnes handicapées a commandé cette étude, parce que mieux connaître les attitudes du public à l'endroit des personnes handicapées et les questions les concernant représente un élément fondamental pour ouvrir un plus grand nombre de possibilités aux personnes ayant un handicap et leur donner la chance de participer pleinement à tous les aspects de la vie canadienne.

La recherche s'est faite en deux phases : d'abord, un sondage téléphonique auprès d'un groupe représentatif de 1 843 Canadiens, puis une recherche qualitative explorant plus en détail les résultats spécifiques de la recherche et les thèmes révélés lors de la première phase de l'étude.

L'accès aux études postsecondaires est un élément essentiel du plan d'action du gouvernement sur les compétences et l'apprentissage et Ressources humaines et Développement des compétences Canada met de l'avant un certain nombre d'initiatives en vue d'alléger le fardeau financier des Canadiens et des Canadiennes qui poursuivent des études postsecondaires. Le Ministère a entrepris une étude en deux phases de l'opinion du public sur le système d'appui aux Canadiens qui veulent accéder aux études postsecondaires. On y traite des questions se rapportant à la qualité, à l'accessibilité et au financement du système d'éducation. La recherche qualitative s'est faite dans divers endroits au Canada dont des régions où l'on affrontait des obstacles aux études postsecondaires, comme Glace Bay en Nouvelle-Écosse et Vernon en Colombie-Britannique. Une phase quantitative de suivi s'est fondée sur l'information recueillie durant la phase qualitative. D'autres travaux de recherche sur l'opinion publique comprenaient le sondage annuel de suivi sur les attitudes envers l'assurance-emploi ainsi que la recherche s'appliquant au Gouvernement en direct et à la modernisation du service destiné aux Canadiens. Le Ministère a procédé à une évaluation de deux grandes campagnes de publicité, l'une informant les Canadiens des services du gouvernement offerts aux enfants et à leurs familles et l'autre touchant les nouvelles prestations pour soins prodigués avec compassion. La recherche prévue portera sur des questions de modernisation du service, de services pour les enfants et leurs familles, sur le plan d'action sur les compétences et l'apprentissage, sur des problèmes liés au milieu de travail ainsi que sur les prestations d'emploi et les mesures de soutien. Le suivi de l'information sur les programmes établis fera également partie du programme.

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

La recherche sur l'opinion publique joue un rôle essentiel dans l'élaboration de politiques, de programmes et de services ayant des répercussions directes sur la vie quotidienne des Canadiens. Pour produire le présent rapport, nous avons demandé aux 10 ministères qui investissent le plus en recherche sur l'opinion publique de fournir un bref aperçu du travail qu'ils ont réalisé durant la période d'évaluation. Le lecteur trouvera leur contribution ci-dessous.

Santé Canada

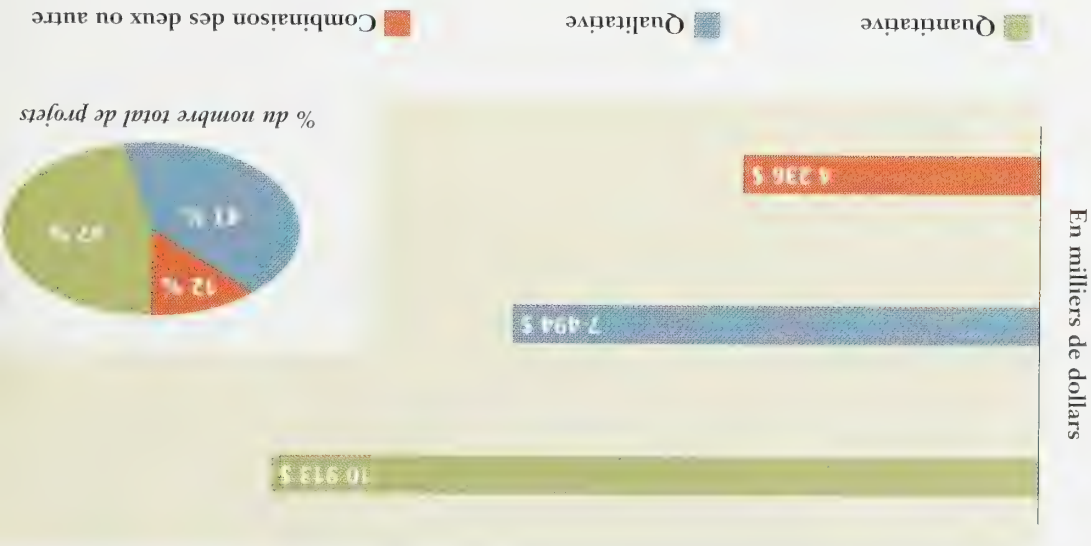
Les soins de santé sont la priorité numéro un de la population canadienne. En conséquence, Santé Canada a abondamment recours à la recherche sur l'opinion publique afin de remplir sa mission, soit maintenir et améliorer l'état de santé des Canadiens et d'étudier les valeurs, les perceptions, la prise de conscience, les connaissances et les comportements reliés à un grand éventail de questions de santé.

Points saillants pour 2003-2004 :

- Le Ministère a fait de la recherche qualitative et quantitative pour soutenir le développement et la mise en œuvre de la Stratégie de contrôle du tabac. C'est une initiative de 480 millions de dollars en vue de réduire le tabagisme au Canada.
- Le Ministère a examiné la perception du risque et les attitudes des Canadiens quant aux nouvelles menaces et aux menaces émergentes pour la santé

- La recherche effectuée dans le cadre de la Stratégie canadienne antidrogue ciblait précisément les attitudes des jeunes envers la marijuana, en tenant compte de certains des facteurs psychosociaux plus vastes qui entrent en ligne de compte lorsque ceux-ci ont à faire des choix personnels face à la consommation de drogues.
- Une recherche de grande envergure explorerait les attitudes des membres des Premières nations vivant dans les réserves face aux questions de santé comme le tabagisme, le diabète et la prévention des blessures.
- Diverses études portant sur les questions topiques du régime alimentaire et de l'exercice physique examinaient aussi les obstacles et les facteurs de motivation chez les adolescents et les familles dont l'horaire est chargé.
- En 2004-2005, les soins de santé et la réforme du système de soins de santé demeureront très prioritaires, et la recherche suivra les perceptions et les préoccupations de la population canadienne à ces égards.
- Le Ministère fera aussi appel à la recherche sur l'opinion publique pour appuyer la Stratégie en matière de modes de vie sains, explorer les attitudes à l'égard d'une saine alimentation, de l'activité physique et des maladies chroniques comme le cancer et la santé cardiovasculaire. Il suivra également les perceptions du risque, reliées aux menaces pour la santé publique, notamment les épidémies de grippe et le virus du Nil occidental.

Pourcentage des projets et investissement total basés sur la méthodologie des recherches personnalisées Méthodologies de recherche utilisées

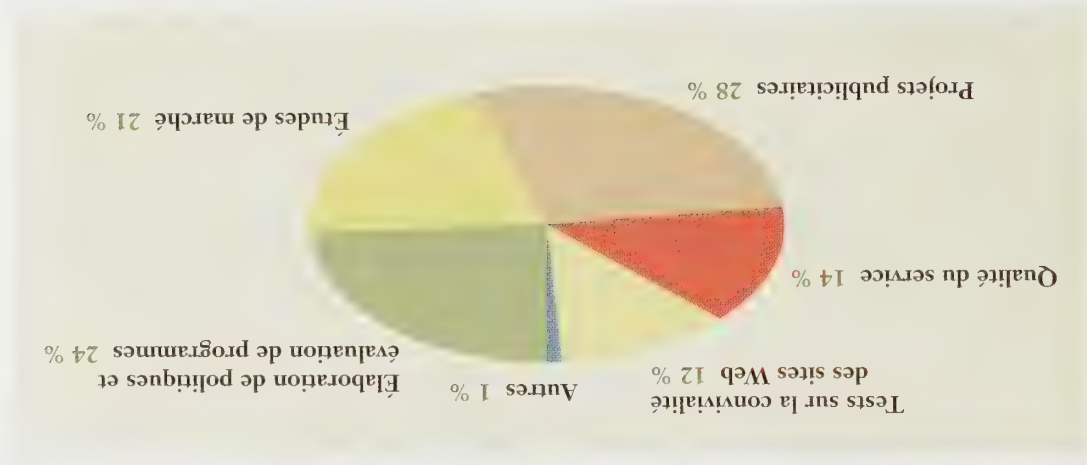


La recherche quantitative se rapporte à l'information obtenue au sujet de certains membres d'une population cible ou de tous ses membres, grâce à des méthodes structurées comme un sondage permettant de tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population. Près de la moitié du travail entrepris se classait dans cette catégorie.

La recherche qualitative concerne l'information obtenue de certains membres appartenant à une population cible grâce à des méthodes non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion et des entretiens. Il est impossible de projeter des résultats applicables à la population cible à partir de ce type de recherche. Quarante et un pour cent (41 %) de la recherche appartenait à cette catégorie, ce qui représente une augmentation par rapport aux 38 % observés l'année précédente.

Une partie de la recherche consistait en une combinaison de recherche quantitative et qualitative qui, avec la catégorie « autre », représentait 12 %. Le mot « autre » comprend les projets appartenants à la conception de la ROP (p. ex., la conception de questionnaires) et à l'analyse.

Type de recherche exprimé en pourcentage de l'investissement total en recherche personnalisée

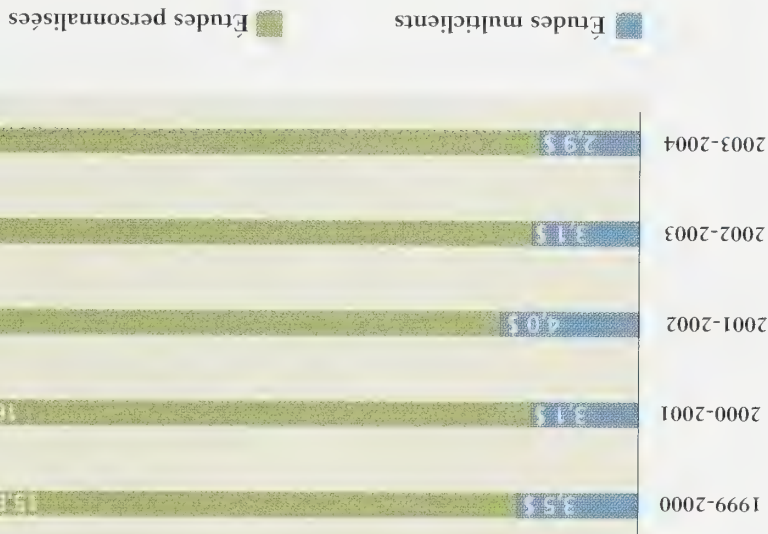


La recherche publicitaire, qui englobe le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai de produits de communication, continue d'accaparer une part croissante des dépenses totales de recherche sur l'opinion publique. Elle représentait 28 % de tous les investissements en ROP en 2003-2004, ce qui constitue une hausse par rapport aux deux années précédentes où elle s'établissait à 23 % et 17 % respectivement. Les secteurs de l'élaboration de politiques et de l'évaluation de programmes (24 %) et des études de marché (21 %) étaient les autres utilisateurs principaux.

La qualité du service de recherche a doublé cette année, représentant 14 % de la valeur totale des projets, en comparaison à 7 % l'année précédente. Les ministères et les organismes du gouvernement se posent encore des questions quant à l'efficacité d'utiliser le Web auquel ils ont affecté 12 % de leurs dépenses de recherche en 2003-2004, comparativement à 11 % l'année précédente.

Comparaison des études personnalisées et des études multitielents

(en millions de dollars)



pas le droit de diffuser l'information à d'autres parties, y compris les ministères du gouvernement. Les ministères et les organismes qui investissent dans des questions omnibus additionnelles peuvent partager les réponses à ces questions avec d'autres ministères et organismes.

En 2003-2004, le gouvernement du Canada réduisait ses investissements en recherche multitielents. Il achetait des études d'une valeur de 2,9 millions de dollars comparativement à 3,1 millions de dollars l'année précédente et 4 millions de dollars en 2001-2002. Cependant, la recherche personnalisée est passée de 20,6 millions de dollars à 22,6 millions, ce qui représente une augmentation de 10 %.

Une recherche personnalisée sur l'opinion publique est un travail commandé à une entreprise privée pour combler les besoins précis de recherche d'un ministère ou d'un organisme. L'organisme qui commande l'étude assume la propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet qui seront accessibles au public. Les résultats des rapports personnalisés commandés par le gouvernement du Canada relèvent du domaine public et sont mis à la disposition de tous.

La recherche personnalisée compose la plus grande partie du travail entrepris par le gouvernement du Canada.

La recherche multitielents demeure la propriété de la société de recherche et les données rassemblées sur une vaste gamme de sujets sont offertes aux abonnés. Ces données contiennent souvent de l'information sur les tendances. La recherche multitielents est parfois efficace parce que tous les abonnés partagent les frais généraux, mais ils n'ont

Investissement en recherche sur l'opinion publique de 2001 à 2004 (en milliers de dollars)

Ministère ou organisme	2001-2002		2002-2003		2003-2004	
	Valeur	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur	Nombre
SANTÉ CANADA	4 036	88	4 270	81	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA	2 614	62	2 120	60	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 288	36	1 124	30	1 758	42
COMMUNICATION CANADA	2 117	70	3 176	75	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	867	18	870	16	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA	687	23	868	17	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 834	54	1 584	42	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	430	9	624	15	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	847	32	1 586	28	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	1 343	36	710	20	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	1 228	16	704	15	615	13

Au nombre des ministères et des organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique, huit ont entrepris plus de projets en 2003-2004 qu'ils ne l'avaient fait l'année précédente. Patrimoine canadien affichait l'augmentation la plus marquée du nombre de projets qui passait de 30 à 42, soit une augmentation de 40 % se traduisant aussi par leur valeur en dollars (une augmentation de 56 % en comparaison à 2002-2003). Agriculture et Agroalimentaire Canada passe maintenant dans la catégorie la plus active, en partie à cause des préoccupations entourant la maladie de la vache folle.

Le Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada, Environnement Canada et de projets. Communication Canada, qui a été dissout le 1^{er} avril 2004, présentait le déclin le plus marqué, réalisant 22 projets en comparaison à 75 l'année précédente.

Principaux ministères et organismes

pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités

Ministère ou organisme

En milliers de dollars

Nombre de projets

SANTÉ CANADA	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA*	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 758	42
COMMUNICATION CANADA*	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA*	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	615	13

* Les responsabilités et les noms de certains ministères et organismes mentionnés dans le présent rapport ont changé dans le cadre de la réorganisation du gouvernement du Canada.

Les préoccupations des Canadiens ayant trait aux questions de santé ressortent dans la recherche de Santé Canada qui a tenté de connaître les réactions du public à la stratégie de contrôle du tabac et à des enjeux comme les attitudes des jeunes face aux drogues, les menaces pour la santé et les modes de vie sains. Le Ministère a également sondé les attitudes des membres des Premières nations vivant dans les réserves sur un grand nombre de questions de santé. C'est ainsi que Santé Canada a de nouveau devancé les ministères au chapitre de

l'utilisation de la recherche sur l'opinion publique, représentant 17,7 % du nombre total de projets et 19 % de l'investissement. Développement des ressources humaines Canada s'est classé au second rang. Cinq ministères et organismes disposaient de budgets de recherche variant de un à deux millions de dollars. Les points saillants de la recherche entreprise par les plus grands utilisateurs de recherche sur l'opinion publique se trouvent au chapitre 5, page 21.



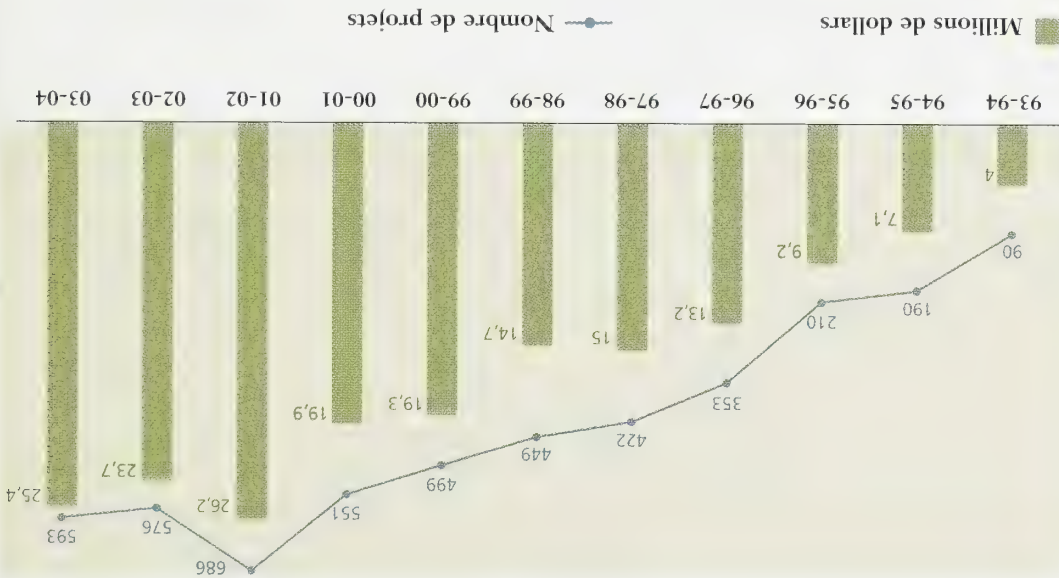
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada est l'autorité qui coordonne toute la recherche sur l'opinion publique. Les ministères et les organismes présentent les sommaires de leurs projets et les conseillers en ROP déterminent si ceux-ci correspondent à la définition de la ROP*. Si c'est le cas, le projet est agréé et les conseillers offrent leurs services durant tout le projet de recherche. S'il ne l'est pas, les ministères entreprennent leur projet de façon indépendante.

En 2003-2004, 593 projets correspondaient à la définition de la ROP et on a compté 72 modifications entraînant des changements qui allaient des dates de livraison à la portée du projet. Il y a eu 87 autres demandes, y compris 70 projets qui n'avaient rien à voir avec la ROP et 17 qui ont été mis en attente, annulés ou en attente de renseignements plus détaillés. Cette catégorie comportait aussi des demandes d'offres à commandes.

* Les principales activités qui correspondent à la définition de la recherche sur l'opinion publique du Secrétaire du Conseil du Trésor se rapportent à la recherche sur l'opinion publique touchant les politiques, les projets de marketing et de communication, la qualité des études portant sur les services, les sondages multichanels et les sondages omnibus ainsi que l'évaluation des programmes. Les activités qui ne sont pas considérées comme de la recherche sur l'opinion publique comprennent l'examen de documents ou de sources secondaires et la vérification du rendement d'un service ou de la prestation de biens tels que décrits dans le contrat.

Aperçu de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2003-2004

Investissement annuel total en recherche sur l'opinion publique



L'importance de la recherche sur l'opinion publique dans les opérations gouvernementales transparaît dans les investissements que font le gouvernement du Canada, ses ministères et ses organismes. La valeur monétaire de la ROP, donnée à contrat en 2003-2004, s'établissait à 25,4 millions de dollars, ce qui représentait une augmentation par rapport aux 23,7 millions de dollars dépensés l'année précédente. Pour la cinquième année consécutive, cette dépense approchait ou dépassait les 20 millions de dollars.

L'activité de 2003-2004, qui comprenait 593 projets, était légèrement plus importante que celle de l'année précédente où 576 projets avaient été entrepris. Santé Canada et Développement des ressources humaines et Canada (maintenant Ressources humaines et Développement des compétences Canada et Développement social Canada) cumulaient 168 de ces projets, soit un peu plus du tiers du total.

Enjeux et activités pour 2004-2005

Dans l'exécution de son mandat, la Direction de la recherche sur l'opinion publique continuera à se pencher sur des enjeux d'importance comme ceux qui suivent :

- travailler avec les ministères et les organismes du gouvernement pour uniformiser la gestion de la ROP dans tout le gouvernement et pour encourager l'usage général des meilleures pratiques;
- aider les ministères et les organismes à améliorer la qualité de la recherche qu'ils entreprennent;
- faire en sorte que les connaissances acquises grâce à l'investissement en recherche soient partagées le plus possible;
- offrir davantage de formation sur les techniques de recherche émergentes.

Le gouvernement du Canada dépense environ trois millions de dollars par année pour réaliser des études multicients, mais l'usage de ces études est réservé aux abonnés. La Direction a commencé à évaluer les besoins pour trouver une approche appropriée et plus rentable de répondre aux besoins en recherche multicients dans les ministères et les organismes.

Communauté de pratique

La Direction a continué à coordonner les rencontres bimensuelles des groupes de travail interministériels informels sur la recherche sur l'opinion publique et à y participer. Ce groupe, qui s'élargit sans cesse, compte maintenant des représentants de près de 30 ministères et organismes. Ils se rencontrent régulièrement pour discuter de questions d'intérêt mutuel comme les approvisionnements, les techniques de recherche émergentes, les initiatives interministérielles et le partenariat sur la recherche. On remarquait particulièrement cette année les démonstrations relatives à la création de sites Internet au sein de plusieurs ministères pour partager des résultats de recherche détaillés.

La Direction a également fourni des conseils stratégiques et des connaissances spécialisées en recherche en tant que membre du comité interministériel de recherche nouvellement formé pour coordonner toute la ROP se rapportant au Gouvernement en direct. Elle a collaboré à la préparation d'un guide des pratiques exemplaires et a participé à des ateliers pour présenter les avantages et les inconvénients de la recherche en ligne.

Colloques et séances d'information

Un programme en expansion de colloques et de séances d'information tenus pour divers groupes et le nombre croissant de participants reflètent la confiance de plus en plus grande que l'on fait à la recherche sur l'opinion publique au gouvernement et l'intérêt qu'y portent les universitaires. *Public Opinion Research: Thinking Outside the Box*, un aperçu de la ROP au gouvernement du Canada et une explication des outils mis à la disposition des ministères, a attiré plus de 200 personnes durant deux séances données à la Conférence annuelle des communicateurs. Au cours de l'année, on a de nouveau offert *Des « pop-ups » aux panels : Comment mener efficacement des sondages en ligne* et, une fois de plus, plus de 100 participants ont assisté à la rencontre.

La Direction de la recherche sur l'opinion publique a élaboré une séance de 90 minutes sur la ROP. Elle est comprise dans le matériel didactique remis aux nouveaux cadres supérieurs de la fonction publique. Les premières réactions des participants ont été extrêmement positives et les ressources de la Direction sont distribuées dans le cadre du cours destiné aux nouveaux cadres supérieurs qui a lieu six fois par an.

ROP sur CommNET

CommNET, le site de ressources à l'intention des communicateurs du gouvernement du Canada, renferme une section de première importance sur la recherche sur l'opinion publique. Ce site comprend une liste des conseillers en ROP et des ministères et organismes qu'ils desservent ainsi qu'une liste bilingue de près de 3 000 rapports de recherche sur l'opinion publique publiés par le gouvernement du Canada depuis 1994. Ces publications se trouvent à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement. La section réservée à la recherche sur l'opinion publique sur CommNET est devenue un outil précieux pour les chercheurs. Ils ont, par exemple, accès au rapport annuel de recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada qui contient des renseignements succincts sur le travail de recherche réalisé par les principaux ministères et organismes du gouvernement. Sur le site figure aussi de l'information utile pour les personnes qui font leurs premières armes en recherche sur l'opinion publique. Les utilisateurs du site y trouveront un aperçu des résumés de recherche sur l'opinion publique qu'ils doivent établir quand s'amorce un projet de recherche. Cet aperçu est accompagné d'une section où l'on expose les avantages et les défis de la recherche sur l'opinion publique en ligne. Toutes les publications de la Direction de la recherche sur l'opinion publique sont disponibles sur le site. Au cours des deux dernières années, le site a reçu plus de 5 400 visites.

**La recherche sur l'opinion publique
au gouvernement du Canada :
Rapport annuel 2002-2003**

Le rapport annuel 2002-2003 a été distribué aux ministères du Cabinet, aux cadres supérieurs du Ministère et aux ministères en novembre 2003. Il a également paru sur Internet. En plus de mettre en évidence l'ensemble des activités de recherche sur l'opinion publique administrées par la Direction de la recherche sur l'opinion publique, le rapport contient des résumés de travaux menés par les ministères qui avaient le plus investi en ROP. L'information provenant des ministères les plus actifs fournissait un aperçu de l'importance et de l'envergure de la recherche sur l'opinion publique au sein de leurs organisations respectives. Cette caractéristique se dégage encore du rapport annuel 2003-2004 où l'on donne des exemples pratiques de la valeur et des possibilités multiples de la ROP à tous les gestionnaires de la fonction publique.

**Pour des communications réussies :
L'alphabétisme et vous**

Cette trousse d'outils aide les communicateurs du gouvernement à transmettre leur message à tous les utilisateurs et les destinataires de façon efficace et facile à comprendre. Elle propose un aperçu des principales techniques à employer pour réussir ses communications, des exemples pratiques et des études de cas s'appliquant aux communications utilisant tous les médias, de même que des outils d'évaluation. Lancée lors de la Conférence des communicateurs du gouvernement du Canada en mai 2003, la trousse est devenue la base d'un atelier parrainé conjointement avec Santé Canada. Les applications pratiques de la trousse d'outils sont à l'origine des messages qui apparaissent sur les paquets de cigarettes.

**Techniques de recherche :
Optimisez vos ressources**

La publication intitulée *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* donne un aperçu de la recherche sur l'opinion publique. On y expose les avantages et les inconvénients des méthodes actuelles de collecte des données dont les méthodes de recherche conventionnelles et les techniques émergentes ayant recours à l'Internet. L'un des points forts de ce document est le guide qui oriente, étape par étape, l'utilisateur dans tout le processus, à commencer par savoir quelle méthodologie servirait le mieux les objectifs de son projet. Il aide l'utilisateur à décider si des données qualitatives ou quantitatives, ou une combinaison des deux, constituent le moyen le plus utile pour atteindre son but. Des exemples et des tableaux comparatifs figurent aussi dans la publication.

D'autre part, on y définit la recherche sur l'opinion publique. Le guide contient une brève description de la marche à suivre pour acquérir de la recherche et une liste de contrôle des principaux éléments inhérents au processus de recherche, de même qu'un glossaire du vocabulaire s'y rapportant.

Plus de 1 300 exemplaires de *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* ont été distribués dans les deux mois suivant son lancement à la Conférence des communicateurs tenue en 2003. La publication avait également été remise aux ministères clients, aux directeurs généraux des communications et à certains bureaux régionaux du Ministère. Elle demeure un guide d'introduction populaire pour ceux qui entreprennent de la recherche au gouvernement du Canada.

Techniques de recherche : Optimisez vos ressources est disponible à la Direction de la recherche sur l'opinion publique. On en trouve une version électronique sur le site Internet www.tpsgc.gc.ca et sur le site Extranet CommNET à <http://commnet.gc.ca>.

Processus d'appel d'offres

Évaluation de la publicité

La Direction a travaillé avec les ministères et la Direction de l'approvisionnement en communication de TPSCG pour mettre au point des outils comme les offres permanentes et les arrangements en matière d'approvisionnement qui facilitent l'approvisionnement opportun et efficace en projets de recherche. Le renouvellement des politiques gouvernementales sur les services de recherche sur l'opinion publique a commencé par des consultations auprès de quatre associations de l'industrie – l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale, l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing, l'Association professionnelle de recherche en marketing et le Canadian Survey Research Council – et de représentants des ministères du gouvernement. À l'unanimité, les intervenants favorisaient une nouvelle approche, et un groupe de travail formé de représentants de l'industrie et du gouvernement a collaboré à établir les bases d'une nouvelle politique. En mai 2004, de nouvelles offres permanentes et des arrangements en matière d'approvisionnement étaient en place. (Voir Annexe 4)

Les principaux éléments des nouveaux outils optimisent les ressources en créant un bassin plus vaste de fournisseurs dans tout le Canada et une plus grande transparence dans le processus de sélection. Ils aident la concurrence entre les sociétés tout en donnant à chacune de meilleures chances de faire concurrence aux autres en vue d'obtenir des contrats du gouvernement.

La Direction de la recherche sur l'opinion publique et le Bureau du Conseil privé ont coprésidé un comité interministériel regroupant les coordonnateurs de recherche sur l'opinion publique qui participent à l'évaluation des grandes campagnes publicitaires du gouvernement du Canada. Le principal moyen utilisé pour évaluer l'efficacité des campagnes de publicité est l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP). Récemment mis au point et testé, cet outil comprend une série de questions types à ajouter aux évaluations ministérielles des campagnes de publicité du gouvernement du Canada.

On demande qu'il soit employé dans toutes les grandes campagnes de publicité dont le budget média dépasse 400 000 \$, mais il serait souhaitable d'y recourir également dans les campagnes de moindre envergure. En plus de mesurer l'efficacité des campagnes, l'OECP aidera les ministères à économiser au chapitre de la conception des questionnaires et améliorera la constance de la recherche grâce à l'emploi de questions types.

Base de données en gestion de projets de ROP

En réponse aux préoccupations exprimées par la vérificatrice générale et en vue de renforcer l'obligation de rendre compte, d'améliorer la transparence et de promouvoir le partage de l'information, une base de données en ligne sur la ROP a été créée en 2003 et a fait l'objet de nombreuses mises à l'essai en commençant par la participation à l'exposition GovNet 2003 ayant pour thème « Transcender la technologie ». Une fois pleinement opérationnelle, cette base de données offrira un système rationalisé basé sur le Web pour simplifier la gestion de projets, accélérer la diffusion des résultats de recherche, faciliter la collaboration et réduire les chevauchements. La base de données sera accessible à tous les ministères qui l'utiliseront comme leur propre système de gestion lorsqu'ils exécuteront des projets de ROP et comme un outil favorisant une plus grande coordination des questions horizontales qui ajoutent de la valeur à chaque activité.

La base de données a été mise au point pour offrir un accès en ligne aux détails pertinents à la recherche prévue, en cours et terminée, de même qu'aux résultats de recherche. Les coordonnateurs de nouveaux projets de recherche et de faire le suivi des progrès accomplis.

Plusieurs ministères participent à un projet-pilote sur l'utilisation de la base de données et une étude indépendante a été faite à ce sujet en mars 2004. On prévoit qu'elle servira pleinement en 2004-2005.

Recherche sur l'opinion publique et outils ressources

Au gouvernement du Canada, la Direction de la recherche sur l'opinion publique est reconnue comme la gardienne des pratiques exemplaires et des techniques d'écoute des Canadiens. En exécutant son mandat, la Direction contribue au renouvellement du processus d'offres permanentes qui renforcera la gestion de la recherche sur l'opinion publique et apportera la transparence nécessaire à toutes les transactions. Au cours de la dernière année, elle a également créé plusieurs nouvelles ressources pour aider les praticiens de la fonction publique à concevoir et à mener leur recherche sur l'opinion publique. Une brève description de ces outils et de ces ressources suit.

la Bibliothèque nationale du Canada et de la Bibliothèque du Parlement. Il gère également un site de réseautage Extranet en recherche et produit le rapport annuel sur la recherche coordonnée au nom du gouvernement du Canada.

Les procédures contractuelles varient d'un projet à l'autre, selon l'envergure, la valeur monétaire du projet et d'autres facteurs. Ces procédures, mises au point par TPSCGC, font en sorte que le gouvernement atteigne les résultats souhaités et que tous les fournisseurs potentiels soient traités équitablement au cours du processus d'approvisionnement.

En 2003-2004, la Direction a coordonné 593 projets de ROP évalués à plus de 25,4 millions de dollars. L'année précédente, 576 projets d'une valeur de 23,7 millions de dollars avaient été réalisés.

La Direction de la recherche sur l'opinion publique au travail

La valeur de la recherche sur l'opinion publique devient de plus en plus évidente dans les organismes gouvernementaux comme moyen d'aider à :

- informer les fonctionnaires de l'évolution des programmes et des services ainsi que des produits de communication;
- évaluer les initiatives et les plans en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation de programmes et de services

gouvernementaux;

- mesurer les demandes et les attentes de la population canadienne et des autres parties intéressées, par exemple les entreprises;
- évaluer les programmes et les services pour assurer l'optimisation des fonds publics dépenses.

Son importance se reflète dans la Politique de communication du gouvernement du Canada qui encourage précisément celui-ci à entreprendre de la recherche sur l'opinion publique dans l'élaboration de ses programmes, de ses politiques et de ses services. Le mandat de coordonner et de gérer cette entreprise est confié à la Direction de la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. La Direction de l'approvisionnement en communication de TPSGC est la seule autorité contractante en recherche exécutée au nom du gouvernement du Canada.

Dans le cadre de la Politique de communication, on exige des institutions fédérales qu'elles informent la Direction de tous leurs projets de recherche sur l'opinion publique avant de prendre quelque disposition contractuelle que ce soit. La Direction aide les ministères et les organismes en leur fournissant des conseils d'experts, en facilitant le partage des pratiques exemplaires et en coordonnant les résultats de recherche, et en coordonnant le travail dans les divers ministères.

Les Services d'avis conseils proposent de l'expertise en recherche pour aider les organismes gouvernementaux à mettre au point de la recherche pertinente et fiable afin de prendre des décisions éclairées. Les conseillers deviennent les partenaires des organismes avec lesquels ils travaillent, et acquièrent ainsi des connaissances approfondies et directement liées aux projets. L'aide qu'ils offrent en conception de la recherche, en enjeux juridiques et politiques, en normes industrielles, en méthodes d'approvisionnement et sur la façon d'optimiser le plus possible les ressources financières affectées à chaque projet est taillée sur mesure.

Grâce au Transfert de connaissances, on encourage les partenariats et le partage de la recherche dans tout le gouvernement du Canada. Le groupe qui en est responsable produit aussi divers guides de recherche et organise des colloques et des réunions d'échange d'information. Il veille à ce que les rapports de recherche soient mis à la disposition du public par l'entremise de

Examen de la recherche sur l'opinion publique effectué par la vérificatrice générale

En 2003, la vérificatrice générale s'est penchée sur l'administration de la recherche sur l'opinion publique, en particulier sur les activités échelonnées de 1999 à 2003. La vérification visait plus particulièrement à déterminer si le gouvernement contrôlait adéquatement ses activités de recherche sur l'opinion publique, s'il optimisait ses ressources et si le processus de passation des contrats était transparent.

La vérificatrice générale a déclaré que les activités de recherche sur l'opinion publique étaient « bien gérées », de façon transparente et à l'aide de mesures de contrôle adéquates. « Ces activités étaient coordonnées de façon centrale, conformément aux politiques. Les rôles et les responsabilités étaient, pour la plupart des activités, suffisamment clairs. » Selon le rapport, un guide d'orientation sur les procédures et un guide de recherche ont été produits pour aider les ministères dans leur recherche sur l'opinion publique.

La vérification contenait également des suggestions d'améliorations possibles, par exemple dans les cas où il serait envisageable de réaliser de plus grandes économies par l'achat, à un prix global, de rapports de recherche multilatéraux. Elle faisait aussi ressortir les cas où les rapports de recherche des ministères n'étaient pas remis ou n'étaient pas remis à temps à la Direction de la recherche sur l'opinion publique pour dépôt à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

Dans le cadre de son engagement à améliorer continuellement, la Direction de la recherche sur l'opinion publique a mis en œuvre un plan d'action qui aborde les questions spécifiques soulevées par la vérificatrice générale. Ce travail se poursuit durant le présent exercice financier. Parmi les principaux points, notons les suivants :

- En mai 2004, nous avons mis en application de nouvelles offres à commande et de nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement qui découlent des consultations exhaustives menées auprès de l'industrie de la recherche et des ministères du gouvernement.
- Nous sommes en train de mettre au point, avec nos collègues de la Direction des achats de TPSCG, une nouvelle stratégie d'approvisionnement pour l'achat à un prix global de recherche multilatéraux.
- Pour la période de vérification, la proportion de ministères qui se sont conformés à l'obligation de soumettre des rapports pour dépôt public a grimpé à 97 %. Le nombre a connu une hausse suivant le recours aux rappels électroniques provenant d'une nouvelle base de données. À partir de maintenant, nous demandons à tous les ministères de remettre des rapports de recherche écrits.
- Nous apportons des améliorations supplémentaires à la gestion de la recherche sur l'opinion publique, lesquelles feront augmenter le taux d'efficacité au gouvernement, amélioreront l'information et la gestion des connaissances tout en renforçant le respect des politiques et des procédures gouvernementales. Nous réaliserons ce projet en implantant, en 2004-2005, une plate-forme de gestion électronique de projets et une base de données accessibles à tous les ministères.

La recherche sur l'opinion publique (ROP) offre au gouvernement du Canada un poste d'écoute d'où il entend clairement les opinions des Canadiens sur ses programmes, ses politiques et ses services. La ROP informe le gouvernement de ce que les Canadiens pensent et attendent. Elle guide ses efforts en vue de les servir grâce à de nouveaux services comme les centres de services, les sites Web et la messagerie électronique. Elle fournit une connaissance approfondie de la façon dont ils reçoivent l'information et permet de savoir s'ils trouvent réponse à toutes leurs questions. La recherche sur l'opinion publique donne au gouvernement du Canada les moyens de se tenir au courant des conditions et des exigences qui varient d'un endroit à l'autre au pays. Elle détermine également si les politiques et les programmes répondent aux besoins de la population.

La saine gestion publique exige du gouvernement du Canada qu'il assure la plus haute qualité de recherche possible pour éviter le doublement des efforts et pour créer une banque de travaux déjà effectués. La Direction de la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) a pour mandat de fournir un centre d'expertise en recherche sur l'opinion publique.

La Direction a la responsabilité technique de la recherche sur l'opinion publique faite au gouvernement du Canada et détient l'autorité nécessaire pour la coordonner. Elle facilite la réalisation d'études de ROP en aidant les ministères pendant les diverses étapes du processus pour qu'ils atteignent leurs objectifs à temps et de façon efficace. En outre, elle offre des conseils et de la formation pour que les ministères utilisent la recherche sur l'opinion publique plus efficacement, améliorant ainsi l'optimisation des ressources concernant cet investissement. Elle participe au mandat de la Direction générale des services d'information du gouvernement nouvellement créé en aidant les ministères à communiquer plus efficacement avec les Canadiens.

Le rapport annuel 2003-2004 retrace le travail de la Direction et la recherche qu'elle coordonne. Il comprend les points saillants de la recherche entreprise par les ministères qui dépendent le plus de la recherche sur l'opinion publique. Le rapport débute par un aperçu des résultats de l'examen de la recherche sur l'opinion publique qu'a effectué la vérificatrice générale.

Table des matières

5 Introduction

6 Examen de la recherche sur l'opinion publique effectué par la vérificatrice générale

7 La Direction de la recherche sur l'opinion publique au travail

8 Recherche sur l'opinion publique : ressources et outils

13 Enjeux et activités pour 2004-2005

14 Aperçu de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2003-2004

- 14 Investissement annuel total en recherche sur l'opinion publique
- 15 Volume global d'activités – Avis conseils
- 16 Principaux ministères et organismes pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités
- 17 Investissement en recherche sur l'opinion publique de 2001 à 2004
- 18 Comparaison des études personnalisées et des études multitielents
- 19 Type de recherche exprimé en pourcentage de l'investissement total en recherche personnalisée
- 20 Pourcentage des projets et investissement total basés sur la méthodologie des recherches personnalisées

21 Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

- 21 Santé Canada
- 22 Développement des ressources humaines Canada
- 23 Patrimoine canadien
- 23 Affaires étrangères et Commerce international Canada
- 24 Agence des douanes et du revenu du Canada
- 25 Industrie Canada
- 25 Agriculture et Agroalimentaire Canada
- 26 Ressources naturelles Canada
- 26 Environnement Canada
- 27 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

28 Points saillants des investissements dans les études multitielents

30 Classement des sociétés de recherche

- 30 Dix premières sociétés de recherche pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités
- 31 Dix premières sociétés de recherche pour les études multitielents selon le volume d'activités
- 32 Dix premières sociétés de recherche pour la recherche personnalisée selon le volume d'activités

33 Annexes

- 33 Annexe 1 : Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités
- 35 Annexe 2 : Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités
- 39 Annexe 3 : Aperçu thématique des études multitielents en 2003-2004
- 41 Annexe 4 : Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement

Message du Ministre



La recherche sur l'opinion publique joue un rôle de plus en plus important alors que le gouvernement du Canada tente d'équilibrer les besoins et les désirs des citoyens d'une part, et les réalités de ses ressources financières d'autre part. Cette recherche se veut une ressource essentielle dans l'élaboration des politiques gouvernementales, des programmes et des communications axées sur les attentes des citoyens aussi bien que dans l'estimation de la valeur des dépenses publiques. Elle fournit les éléments de compréhension d'une gouvernance nationale éclairée et pratique.

Le rapport 2003-2004 montre comment :

- la recherche sur l'opinion publique est liée à plusieurs décisions clés du gouvernement du Canada touchant tous les Canadiens;
- les ministères et les organismes du gouvernement du Canada atteignent une plus grande efficacité en travaillant ensemble au partage de l'information et des résultats;
- les mesures de protection opérationnelles assurent la transparence, l'optimisation des ressources et l'intégrité dans l'acquisition de la recherche sur l'opinion publique.

Des améliorations particulières sous-tendent ces réalisations générales qui feront de la recherche sur l'opinion publique une ressource solide et fiable dans l'élaboration des politiques et des programmes gouvernementaux. Ces politiques et ces programmes s'appuient sur la base solide qui a incité la vérificatrice générale à conclure en 2004 que, dans l'ensemble, la recherche sur l'opinion publique est gérée avec transparence, les rôles et les responsabilités étant clairement définis. Cette conclusion rejoint une évaluation faite par le Secrétariat du Conseil du Trésor en 2002.

Les nouvelles ententes relatives à l'achat de recherche sur l'opinion publique illustrent parfaitement les changements survenus. Elles résultent de consultations exhaustives avec des représentants des principales associations canadiennes des études de marché, des ministères et des organismes du gouvernement. Il en ressort un processus qui assure non seulement aux sociétés canadiennes qualifiées un accès égal aux contrats de recherche sur l'opinion publique du gouvernement, mais qui garantit également aux Canadiens qu'ils obtiendront des produits de qualité, intégrés et correspondant à la valeur des dollars consacrés à la recherche.

Nous cherchons toujours des améliorations additionnelles, guidés par les principes de l'optimisation des ressources, de l'administration, de la souplesse et de la transparence. Par exemple, comme nous le constaterons à la lecture de ce rapport, nous aurons davantage recours à la technologie de l'information pour améliorer l'efficacité et renforcer l'administration de la recherche sur l'opinion publique. Au cours de ce processus, et d'autres, nous continuerons à consulter les principales associations canadiennes d'études de marché, de même que les ministères et les organismes du gouvernement.

En résumé, je me suis engagé dans une recherche constante de l'excellence en matière de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada, tout comme le gouvernement s'est lui-même engagé à écouter les Canadiens.

Scott Brison
Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux

Publié par la Direction générale des services d'information du gouvernement de
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Octobre 2004

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche sur l'opinion publique au (613) 943-5130.
Version électronique : www.communication.gc.ca
Numéro de catalogue : P100-1/2004
ISBN : 0-662-68376-5

La recherche
sur l'opinion publique
au gouvernement
du Canada



Rapport annuel 2003-2004

Préparé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Rapport annuel 2003-2004



CA1
CO
-P75

Government
Publications

Annual Report 2004–2005

Public Opinion Research in the Government of Canada



Public Works and
Government Services
Canada

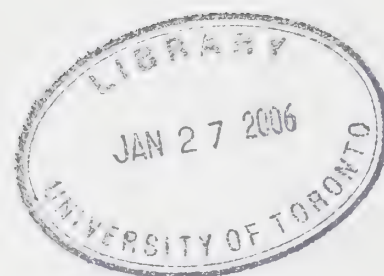
Travaux publics et
Services gouvernementaux
Canada

Canada

Public Opinion Research in the Government of Canada



Annual Report 2004–2005



Published by Public Works and Government Services Canada
November 2005

For more information, please contact the
Public Opinion Research Directorate at (613) 943-5130.
Internet version: www.communication.gc.ca
Catalogue Number: P100-1/2005
ISBN: 0-662-69440-6

Minister's Message



I am pleased to present the Public Opinion Research in the Government of Canada—Annual Report 2004–2005. Public opinion research is a tool departments and agencies use to understand the needs and expectations of Canadians. This helps ensure programs and services are tailored to the needs of Canadians.

In February 2004, the Auditor General of Canada concluded that public opinion research is “well managed” within the Government of Canada. Since then, consistent with *The Way Forward* initiative to deliver services smarter, faster and at a reduced cost, we have made significant strides to ensure that public opinion research in the Government of Canada is conducted in an unbiased and transparent manner, guided by the principles of value for money, good stewardship of public funds, and flexibility.

For example, we have put in place new contracting tools which provide a rigorous competitive process for suppliers across Canada. These new standing offers and supply arrangements enable departments and agencies to obtain public opinion research services in an efficient and effective manner with experienced research firms.

We have implemented an electronic project management and research database to assist all departments and agencies to strengthen their research management and to reduce duplication of effort.

We have taken steps to ensure continued prohibition of the purchase of research that monitors electoral voting intentions and political party image.

In addition, our ongoing consultations with Canada’s major market research associations resulted in a partnership agreement in May 2004. It introduced the industry-managed national Survey Registration System requiring the registration of Government of Canada surveys. This system allows the public to verify that a survey is legitimate, to obtain information about the market research industry, or to make a complaint.

A lot of good work has been done this year, but more improvements are on the horizon. In the coming year we will bring together an expert technical advisory panel, including members from government, academia and market research industry to assist in developing appropriate benchmarks of survey quality for Government of Canada research. This initiative will help departments ensure a consistently high level of quality in the research they undertake. The department will also continue to play a key role in providing expert advice to departments on survey quality.

I trust you will find this overview of public opinion research undertaken by the Government of Canada in 2004–2005 both useful and informative.

A handwritten signature in black ink, reading "Scott Brison".

Scott Brison

Minister of Public Works and Government Services

Table of Contents

- 1 Minister's Message
- 5 Overview
- 7 Renewal of Public Opinion Research in the Government of Canada
 - 8 Renewal of POR Procurement Instruments
 - 8 Public Opinion Research Directorate
- 12 Public Opinion Research in 2004–2005 in the Government of Canada
 - 12 Projects Coordinated through the Public Opinion Research Directorate from 2001 to 2005
 - 13 Top Departments and Agencies for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value
 - 14 Comparison of Custom and Syndicated Research
 - 15 Type of Research as a Percentage of Total Contract Value of Coordinated Custom Research from 2002 to 2005
 - 16 Percentage of Projects and Total Contract Value Based on Research Methodology for Coordinated Custom Research
- 17 Highlights of Key Public Opinion Research Projects
 - 17 Health Canada
 - 18 Human Resources and Skills Development Canada
 - 19 Natural Resources Canada
 - 20 Foreign Affairs Canada and International Trade Canada
 - 21 Canadian Heritage
 - 22 Canada Revenue Agency
 - 22 Industry Canada
 - 23 Public Works and Government Services Canada
 - 24 Finance Canada
 - 25 Social Development Canada
- 26 Research Firms Rankings
 - 26 Top Research Firms for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value
 - 27 Top Research Firms for Coordinated Custom Research by Contract Value
 - 28 Top Research Firms for Coordinated Syndicated Studies by Contract Value
- 29 Appendices
 - 29 Appendix One: Complete Listing of Departments and Agencies by Contract Value
 - 31 Appendix Two: Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value
 - 34 Appendix Three: Thematic Listing of Syndicated Studies in 2004–2005
 - 36 Appendix Four: Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

Overview

As stated in the Government of Canada Communications Policy, public opinion research (POR) offers the Government of Canada a means “to better understand Canadian society and to identify citizen needs and expectations. It is used to assess the public’s response to proposals or to possible changes or initiatives; to assess the effectiveness of policies, programs and services; to measure progress in service improvement; to evaluate the effectiveness of communication activities such as advertising; and to plan and evaluate marketing initiatives, among other applications.”

Public Works and Government Services Canada (PWGSC) works closely with partners in departments, agencies and other levels of government, striving to find innovative ways to deliver services smarter, faster and at a reduced cost and improve how the Government of Canada does business. The Department is the technical, coordinating and contracting authority for public opinion research in the Government of Canada. Departments and agencies that undertake POR must consult PWGSC’s Public Opinion Research Directorate (PORD) at the initial stage of research. The Directorate facilitates POR studies by assisting departments and agencies

throughout the process, helping to ensure their objectives are met in a cost-effective manner. Directorate staff works with colleagues at the Communication Procurement Directorate (CPD), which provides a mandatory common service as the Government of Canada’s contracting authority for POR.

This is the fourth Annual Report on Public Opinion Research in the Government of Canada. The report provides an overview of research projects coordinated by PWGSC to help departments and agencies fulfill their research needs. It also highlights trends in public opinion research across the Government of Canada. In 2004–2005, 621 POR projects were initiated by the government and coordinated through PWGSC for a contract value of \$29 million, using the services of 74 research firms. This report provides an overview of departmental activities in POR, highlighting the most active departments and agencies, and illustrates the activities of the research firms used by the Government of Canada for both custom and syndicated research.*

**This report outlines public opinion research projects and contracts coordinated through PWGSC. Figures presented in the report are based on contract values, not expenditures.*

Public Opinion Research in the Government of Canada

Public opinion research in the Government of Canada is the planned gathering of information by or for a government institution, on opinions, attitudes, perceptions, judgments, feelings, reactions or views—including those of employees of government institutions. The information may be related to a broad range of activities, such as research for policy, marketing, communications and advertising, program evaluation, quality of service/customer satisfaction studies, and product development.

Public opinion research provides information to:

- assist the development of programs, services and communications products;
- assess policy initiatives and plans;
- design delivery methods for government programs and services;
- measure the demands and expectations of the Canadian population and stakeholders, such as businesses; and
- evaluate programs and services to ensure value for public money spent.

The Government of Canada Communications Policy provides a framework within which public opinion research must be conducted. It mandates that federal institutions identified in Schedules 1, 1.1 and 2 of the *Financial Administration Act* (FAA)—including all Government of Canada departments and agencies—comply with its requirements. Other institutions, such as Crown corporations and those that have the authority to undertake their own contracting under Section 41 (1) and Section 41 (2) of the FAA, are exempt.

Therefore, this report focuses on the POR activity of the institutions included in the Policy, as PWGSC coordinated their projects and issued their contracts in public opinion research.

When appropriate, the Government of Canada Communications Policy encourages departments and agencies to use POR in support of operations, from designing programs and services to ensuring that goals and expectations are met. Departments and agencies conducting research assign a POR coordinator, who is responsible for overseeing the organization's research projects and acting as a liaison with PWGSC. POR coordinators generally initiate contact with PWGSC at the earliest stage of research to seek the advice of its POR advisors.

To ensure coherent, cost-effective management of public opinion research throughout the government, institutions must:

- coordinate the planning and implementation of public opinion research initiatives with the PORD of PWGSC;
- contract public opinion research services through the CPD of PWGSC;
- ensure that the principles of fair information practices are respected;
- ensure the quality and value of research they commission or produce;
- provide copies of final reports to the PORD, which, in turn, deposits them with the Library of Parliament and Library and Archives Canada in written or electronic form;
- share results with other federal institutions; and
- release final results to the public on request.



Renewal of Public Opinion Research in the Government of Canada

In February 2004, the Auditor General of Canada noted that public opinion research (POR) in the Government of Canada is “well managed”. She tabled an audit report on POR and found that, overall, public opinion research in the Government of Canada is “managed transparently, with roles and responsibilities clearly defined.” In light of the audit and in line with Public Works and Government Services Canada’s continuing effort to improve the management function of public opinion research, several important changes were implemented in 2004–2005:

- reform of the contracting process to be consistent with the Department’s *The Way Forward* approach of using standing offers to the maximum extent possible;
- introduction of a new contract clause specifically excluding information related to electoral voting intentions and political party image;
- the requirement that institutions ensure the principles of fair information practices embodied in the *Privacy Act*, as well as the new *Personal Information Protection and Electronic Documents Act*, are adhered to when conducting POR;
- the requirement that departments and agencies submit a rationale and a purpose of research to better document their projects;
- the requirement that institutions pre-test and evaluate all major campaigns (those with media buys of \$400,000 or more), use the Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) for consistency in evaluating campaigns, and confer with PWGSC when planning to conduct this research;
- renewed efforts to ensure final reports are deposited in the public domain; and
- introduction and promotion of the Research Information Management System (RIMS) database to government organizations.

Renewal of POR Procurement Instruments

In May 2004, following PWGSC consultations with industry associations and departments, the Communication Procurement Directorate introduced a new series of standing offers and supply arrangements for POR. These tools enable increased competition among suppliers for projects, improved transparency in the supplier selection process, and a faster and more effective means for federal departments and agencies to access the services of proven research suppliers at competitive prices.

To ensure unified and seamless service to departments and agencies, the Communication Procurement Directorate works with the Public Opinion Research Directorate of PWGSC. All contracts for public opinion research must go through the Public Opinion Research Directorate prior to contracting by Communication Procurement Directorate, the sole contracting authority for public opinion research by the Government of Canada.

A listing of standing offers and supply arrangements in place for 2004–2007 can be found in Appendix Four.

Public Opinion Research Directorate

The responsibility to coordinate public opinion research for federal institutions, agencies, boards, councils, commissions and other bodies identified in Schedules 1, 1.2 and 2 of the *Financial Administration Act* rests with the Public Opinion Research Directorate.

PORD has been given the mandate to provide a mandatory common service to coordinate public opinion research. It also provides guidance and offers advice and information sessions to assist departments in achieving their research objectives, and in meeting their accountability to ensure the value and quality of the research they undertake.

With the growing need for public opinion research, the Government of Canada aims to obtain *value for money*, by avoiding duplication of effort, and transparency by creating a repository of completed work. In 2004–2005, just over 350 final public opinion research reports were received from departments and agencies and put in the public domain via the Library of Parliament and Library and Archives Canada.

Two units within the PORD aid departments and agencies with their research needs. They also facilitate procurement of services, share best practices and research results, and coordinate work across departments.

- **Advisory Services** offers advice to help government organizations conduct research to make informed decisions. They work closely with research coordinators in departments and agencies, guiding them through the required

steps leading to the process of acquiring POR services. The assistance they offer on research design, legal and policy issues, industry standards, procurement methods and how to achieve value for money on each project is uniquely tailored to the needs and objectives of departments. Following the review of a project, the assigned advisor issues a project registration number and submits the project for contracting to the Communication Procurement Directorate. In 2004–2005, the advisors reviewed, coordinated and registered 621 POR projects.

- **Knowledge Transfer** fosters partnerships and the sharing of public opinion research across the Government of Canada. The unit develops and manages the on-line RIMS database, produces a variety of research guides and on-line resources, and organizes seminars and information-sharing meetings for the interdepartmental community of practice. It also promotes the sharing of research reports through Library and Archives Canada and the Library of Parliament.


In 2004–2005, PWGSC's Public Opinion Research Directorate offered the government POR community several new tools and resources to help public service practitioners in designing and conducting public opinion research projects.

Electronic Management and Database


The RIMS database offers a streamlined Web-based system to manage research project submissions. It enables users to share information on research projects, to identify partnership opportunities on horizontal issues and to reduce duplication of effort. The database has been tested widely since 2003 and was launched on the CommNET, a government Intranet site, in March 2005, making it available to all departments. Departmental research coordinators are able to submit research details for new projects, track project progress and prepare reports on departmental activities. Training sessions were held in the spring of 2005.

Resources and Publications

- ***Public Opinion Research in the Government of Canada: An Orientation Guide*** (revised edition) reflects the amended 2004 Communications Policy of the Government of Canada as it relates to POR. The guide defines public opinion research and includes an outline of procedures to be followed for acquiring research as well as a checklist of key elements or documents required to ensure proper documentation in the research process. It also offers a step-by-step guide to the public opinion research process along with best practices information.

 The **Public Opinion Research Section of CommNET**, an E-Resource Intranet site for Government of Canada communicators, was redeveloped and now contains more information for departments and agencies, including:

- access to the RIMS database;
- an outline of the research project summary departments and agencies provide to PWGSC;
- a bilingual list of about 3,000 Government of Canada public opinion research reports produced since 1994, available for public access at Library and Archives Canada and the Library of Parliament; and
- many other useful resources and publications.

 ***The Research Corner*** newsletter, introduced in July 2004 for departmental research coordinators, highlights new practices, joint government–industry initiatives and recent projects by government departments and agencies, and presents readers with other issues of interest to the community. Two eight-page, bilingual editions were produced in print and on-line.

Continuing Good Relations with Industry

Efforts at strengthening positive relations with industry associations and the Government of Canada, represented by PWGSC, have resulted in a productive working relationship between the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA), l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale and the government. Since 2003, when industry–government meetings began, the relationship has evolved and continues to deal with issues of mutual interest, such as enhancements to the contracting process. It jointly created and instituted a requirement, beginning in May 2004, for Government of Canada surveys to be registered with the Marketing Research and Intelligence Association Survey Registration System. This industry-managed national system, in place for several years, enables the public to confirm the legitimacy of a survey, obtain information about the industry or register a complaint. Government of Canada surveys contracted through the new POR standing offers and supply arrangements are registered with the Survey Registration System.

POR Community of Practice

The Directorate continued to coordinate and participate in meetings with the community of practice and other interdepartmental working groups. The community, which includes members from about 30 departments and agencies, met regularly to share information and address issues of mutual concern. These included: survey quality and response rates, procurement issues, emerging research techniques, new survey software, joint initiatives and partnerships, new legislation and policy requirements.

Performance Measurement

In 2004–2005, the PORD conducted a client satisfaction survey to capture departmental perceptions and awareness levels of policies and regulations guiding POR procedures.* The survey also addressed issues related to the quality and usefulness of advice, information sharing and knowledge transfer. The Web-based quantitative survey included satisfaction measures of timeliness and accessibility, as well as performance measures relating to fairness, quality of information and competence. The usefulness of POR publications, network meetings, the information products, and research seminars were also assessed.

The survey indicated that departmental clients value two fundamental service characteristics: **respect** for the hectic nature of the work (the time required to provide advice or address concerns, and ease of reaching PORD advisors) and subject matter **expertise** (competence of the staff, usefulness of the advice provided and consistency of information or advice from project to project). Ninety-eight clients from departments and agencies were invited to fill out the questionnaire. Results obtained will assist the Directorate in improving its services to departments and agencies, namely by developing more educational initiatives, such as information exchange events.

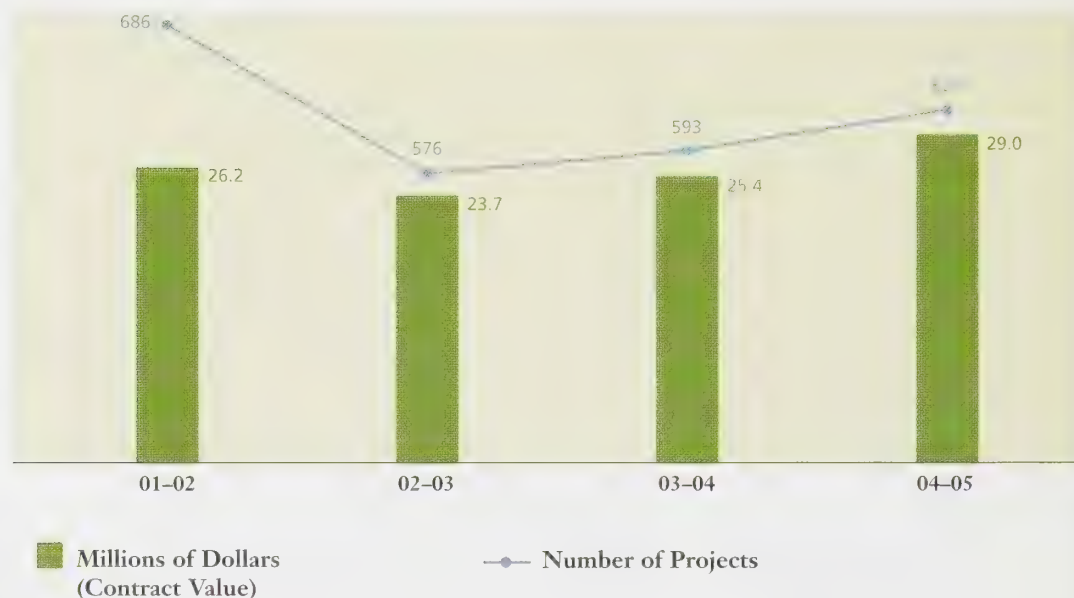
**All PORD research clients during fiscal year 2003–2004 were invited by email to participate in an on-line survey of client satisfaction with PORD services. The response rate to the survey was 53%. For more detailed information about the report, please contact the Public Opinion Research Directorate at: (613) 943-5130.*

Public Opinion Research in 2004-2005 in the Government of Canada

This chapter features an overview of the projects and contract values associated with public opinion research (POR) in the Government of Canada for 2004-2005.

It provides information on POR trends, methodologies, types of research, and outlines the differences between custom and syndicated research.

Projects Coordinated through the Public Opinion Research Directorate from 2001 to 2005



The importance of public opinion research in government operations is reflected by its usage by the Government of Canada and its departments and agencies. The dollar value of POR contracted for and coordinated through the Public Opinion Research

Directorate in 2004-2005 was \$29 million, up from \$25.4 million in the previous year. The 2004-2005 activity of 621 projects was also greater than the previous year, when 593 projects were undertaken.

Top Departments and Agencies for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value

Department/Agency	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
HEALTH CANADA	6,248	106
HUMAN RESOURCES AND SKILLS DEVELOPMENT CANADA	2,033	36
NATURAL RESOURCES CANADA	1,701	39
FOREIGN AFFAIRS CANADA AND INTERNATIONAL TRADE CANADA*	1,415	21
CANADIAN HERITAGE	1,392	37
CANADA REVENUE AGENCY	1,261	26
INDUSTRY CANADA	1,216	34
PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA	1,195	24
FINANCE CANADA	1,051	17
SOCIAL DEVELOPMENT CANADA	1,047	24

**In 2004–2005, the departments of Foreign Affairs Canada and International Trade Canada contracted for POR as a single research unit, hence the contract values are reported together.*

Health Canada has led all departments in the use of public opinion research for several years. This trend continued in 2004–2005. The value of contracts awarded on behalf of Health Canada accounted for 22 percent of the total value of contracted research, and 17 percent of the total projects for the Government of Canada last year. Human Resources and Skills Development

Canada ranks second in value of contracts, with 36 POR projects possessing a value less than one-third of Health Canada's. Eight departments and agencies had research requirements in the \$1 million to \$2 million range.

Highlights of the research undertaken by these departments appear in Chapter 4.

Comparison of Custom and Syndicated Research

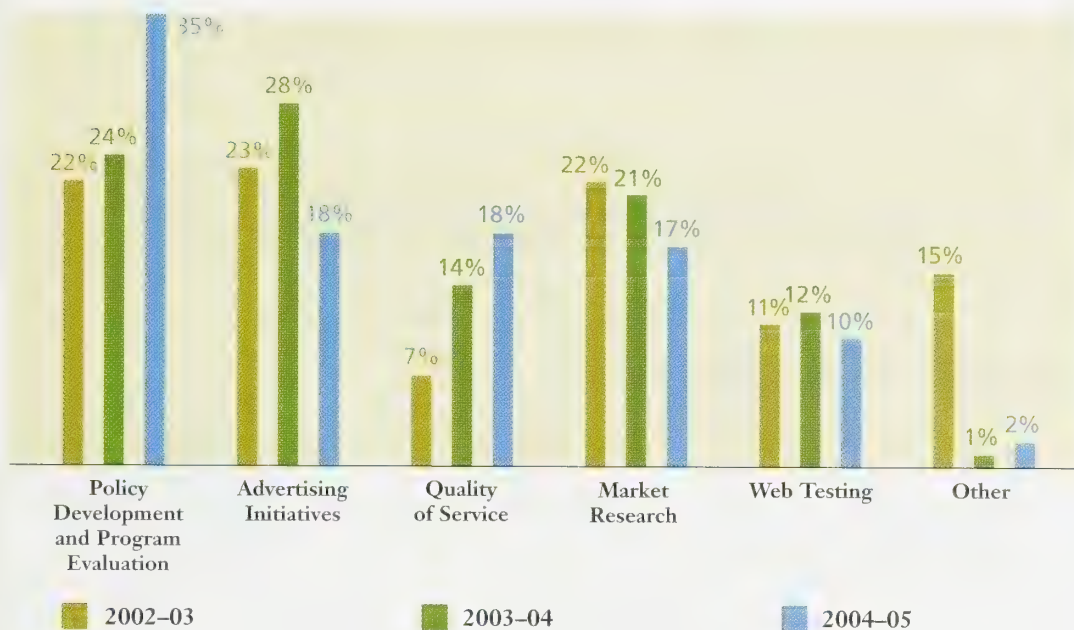
Custom public opinion research is work commissioned for a specific department or agency. The commissioning organization holds the intellectual property rights on reports and other materials generated by the project, which are made available to other departments and the public through the Library of Parliament and Library and Archives Canada. Results of custom research required by the Government of Canada are in the public domain and accessible to all Canadians. Custom research accounts for most of the POR work undertaken by the Government of Canada.

Syndicated research studies are developed by research firms, which sell subscriptions to the studies to private and public sector clients. These off-the-shelf products often contain trend information on

a variety of topics. Copyright and management of the studies' content rest entirely with the market research firms. Subscribers are prohibited from distributing the information to any other non-subscribing parties, including government departments. Syndicated research is sometimes the most cost-efficient option for meeting departmental research needs, because the costs of research are shared by the subscribers.

In 2004–2005, the Government of Canada contracted \$25.3 million (460 projects) in custom research, accounting for approximately 87 percent of the total contract value of all public opinion research for the fiscal year. Syndicated studies represented \$3.8 million (161 projects).

Type of Research as a Percentage of Total Contract Value of Coordinated Custom Research from 2002 to 2005

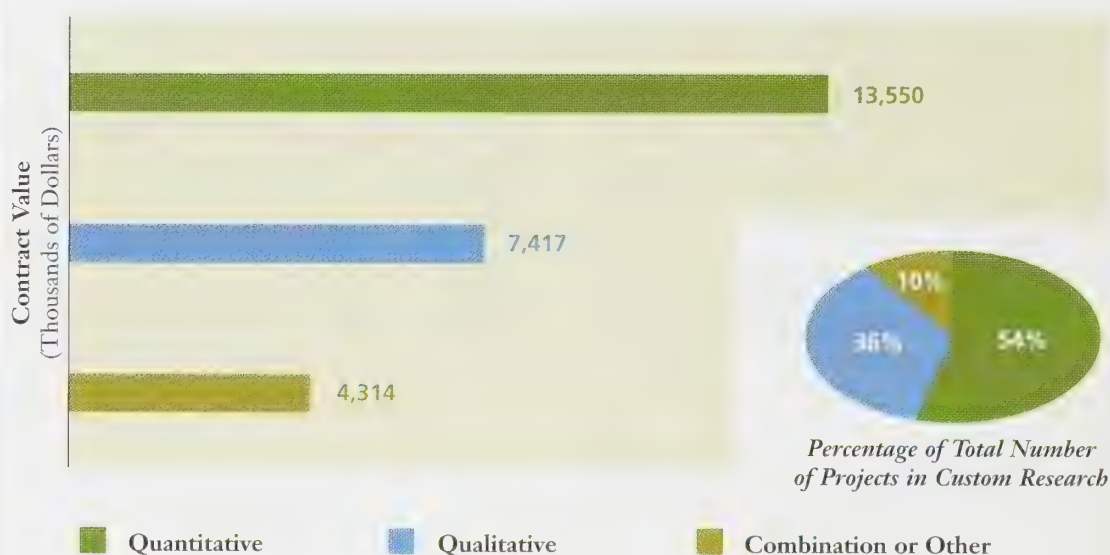


Policy Development and Program Evaluation represented the largest segment of all custom research with 35 percent of the total contract value for custom research. In 2003–2004, research in this field accounted for 24 percent of all custom research. Advertising Initiatives, which include advertising tracking and testing as well as communications product testing, and Market Research dropped in

2004–2005 compared with the previous year, when they respectively accounted for 28 percent and 21 percent of custom research contract values. Research contracted to measure the effectiveness of Web sites also dropped to 10 percent from 12 percent in the previous year. Research contracted to measure quality of service increased from 14 percent in 2003–2004 to 18 percent last year.

Percentage of Projects and Total Contract Value Based on Research Methodology for Coordinated Custom Research

Research Methodologies Used



Quantitative research refers to information obtained about some members of a population through structured techniques, such as a survey, aiming to draw conclusions for the total target population. More than half of the work undertaken fell into this distinct category, increasing from 47 percent in 2003–2004 to 54 percent in 2004–2005.

Qualitative research refers to information obtained from some members of a population through unstructured or semi-structured techniques, such as focus groups or interviews. A qualitative approach is typically used when the research needed is exploratory, in-depth, or about very complex issues. Qualitative research allows for free-flowing or semi-structured discussions

which are more effective in meeting research objectives in such cases, rather than using an inflexible questionnaire with rigid response categories for each question. As an exploratory approach, no projection of results to the population can be made from this type of research. Thirty-six percent of the research conducted in 2004–2005 fell in this category, down from 41 percent the previous year.

Some projects consisted of a combination of quantitative and qualitative research that, along with the “Other” category, accounted for the remaining 10 percent. “Other” includes research projects, such as POR design (i.e., questionnaire design) and analysis.

Highlights Of Key Public Opinion Research Projects

For this report, the 10 departments and agencies that were most active in public opinion research were invited to present a brief overview of work conducted in the fiscal year. Their contributions follow.

Health Canada

The 2004–2005 year was again an exciting and productive time for public opinion research within both Health Canada and the Public Health Agency of Canada. A combination of qualitative and quantitative research was conducted to support various health promotion and disease prevention activities (i.e., the healthy living/sport participation campaign, the anti-tobacco campaign and development of the air quality index). Research also informed the health care reform process and key regulatory decision-making. In addition, several significant surveys were successfully undertaken among First Nation and Inuit populations on issues such as immunization, oral health and healthy pregnancies.

One particularly interesting study this year gathered baseline indicators of Canadians' views, knowledge and perceptions regarding influenza. It was designed to support the efforts of officials from the Public Health Agency and Health Canada

to increase citizen awareness and understanding of the implications of pandemic influenza and the steps Canadians can take to protect themselves.

In a telephone survey of over 4,000 Canadians, respondents were presented with a series of paired forced choices, and asked to indicate which piece of information they felt was most important to know during a pandemic. Seven different types of information were tested and the two most important were considered to be "how to protect yourself" (71 percent) and "how to prevent the disease from spreading" (68 percent). These research results will be used to guide the development of the *Influenza A* pandemic communication plan, including the development of the key messages.

It is expected that the upcoming year will be equally busy, as health remains a top public priority. Some issues to be explored in the next fiscal year include the value of direct mail, seniors' issues, and research to support the development of the new food guide.

Human Resources and Skills Development Canada

Public opinion research provides valuable insights on public awareness and attitudes relating to policies, programs and communications for the federal government's human capital development agenda.

Access to post-secondary education is a central component of the government's skills and learning agenda, and Human Resources and Skills Development Canada (HRSDC) has a number of initiatives designed to alleviate the financial burden of pursuing post-secondary education.

A qualitative-quantitative study was launched on issues related to the Canada Learning Bond (CLB) and the Canada Education Savings Grant (CESG) this past year to establish baseline levels of awareness and attitudes toward saving for education among the general public and among low- to middle-income parents, as well as to explore potential communications approaches. Proposed brochures on the CLB, CESG and the Registered Education Savings Plan (RESP) were also tested.

Again this year, HRSDC conducted its annual tracking survey on attitudes toward Employment Insurance (EI). The Department has been conducting this survey since 1998. The survey tracks

fundamental attitudes toward the EI system and measures the public's awareness levels and areas of concern for reform. Findings surrounding several key issues have shown little change over the tracking history. Over the past four years, Canadians have continued to support keeping a reserve within EI, and general perceptions of the EI program have essentially not changed in three years. Similarly, there has been little change in Canadians' opinions about whether the EI program encourages dependence or whether it provides a bridge to a new job. Other key indicators reveal the continuation of two noticeable trends: since 1998, the public has increasingly perceived the EI program to be fair, and the public's level of economic optimism has increased over the past four years.

Other public opinion research included qualitative research on the Service Canada initiative, and research toward the development of the Workplace Skills Strategy. The Department is planning research on skills development, learning, post-secondary education, workplace issues, and employment benefits and support measures.

Natural Resources Canada

In 2004–2005, Natural Resources Canada (NRCan) used public opinion research to inform and support the wide range of activities undertaken by the Department in its role as the promoter of sustainable use and development of natural resources, energy, minerals, metals, forests and earth sciences.

A large share of this research supported policy and program development and communications activities in the areas of the environment, energy efficiency and climate change. In partnership with Environment Canada, this included base-line and tracking studies with Canadians related to:

- understanding climate change and its impacts;
- awareness and support for the Kyoto Protocol; and
- attitudes toward energy efficiency, conservation and the One Tonne Challenge (OTC).

NRCan used public opinion research to open new areas of understanding (e.g., perceptions of fuel cell and hydrogen technologies), hear views on key policy issues (e.g., British Columbians on the off-shore oil and gas moratorium) and better understand key client groups and partners (e.g., Canadian drivers on fuel efficiency as a car purchase consideration, car dealership employees, and managers of the *Fuel Consumption Guide* and labelling program).

The Department used the standard Government of Canada Advertising Campaign Evaluation Tool to measure the impact of the major TV, radio and print campaign for the One Tonne Challenge, featuring Rick Mercer and Pierre Lebeau. The results of two national surveys indicated the campaign was a success in reaching and informing Canadians about the OTC and its messages.

NRCan invested in subscription and syndicated research to enhance the public's understanding of environmental issues and allow cost-effective investigation of opinions among special audiences such as the business community and Northern Canadians, and on key issues, including comparative research into Canadian and American attitudes about energy and sustainable development.

Web site development and evaluation continued to account for a significant share of the NRCan research program, with a number of projects aimed at maximizing Canadians' access to resources and services in a range of priority areas, such as the Government of Canada's climate change and One-Tonne Challenge Web sites (the latter included usability testing of the on-line Greenhouse Gas Emissions Calculator for Canadians), *The Atlas of Canada*, the main Web site for the Office of Energy Efficiency, and the Science and Technology for Canadians Portal site.

Foreign Affairs Canada and International Trade Canada

Foreign Affairs Canada and International Trade Canada use public opinion research extensively to track Canadian attitudes about international issues, such as security, diplomacy and development. Views on the relationship between Canada and the United States are monitored closely, as are opinions on multilateral and bilateral organizations and agreements. The departments carry out this work through syndicated, omnibus and custom public opinion research that is augmented by surveys that are available to the departments without cost.

An important research project this year was a study on international trade that involved focus groups in key cities across Canada as well as surveys of decision makers. The objective was to investigate views on trade and social values to determine the extent to which social values match current trade policy. As well, the departments needed to better understand the environment in which trade communicators operate.

The study showed that Canadians generally do not understand the trade process, but are aware that it shapes the world in a fundamental way. Also, decision makers generally approve of current trade policy and the directions taken by the departments. These findings will influence communication approaches.

Decision makers strongly support trade diversification, especially in the Pacific Rim and China together with new and emerging markets. There is a desire for new multilateral and bilateral trade agreements to protect Canadian investments abroad, and decision makers want greater access to market intelligence. The majority favours regulating foreign investment in Canada.

The participants in the study from the general public held reservations about trading with countries with poor human rights, labour and environmental records, but they recognized that trade in such places boosted the economies in those countries and improved the standard of living.

Participants see trade as increasingly important to Canada over the next decade, with strong support for trade diversification. This is driven in part by the view that the United States is too quick to employ trade barriers. Participants believe diversification will help Canada become a bigger influence internationally. There is a concern, however, that foreign investment threatens Canadian sovereignty across a wide range of industrial sectors.

The findings influence current departmental trade objectives and contribute to a better understanding of public attitudes.

Canadian Heritage

Last year, Canadian Heritage's public opinion research was marked by participation in several horizontal initiatives, including interdepartmental projects such as the National Survey on the Quality of Life in Canadian Communities and the Healthy Living Initiative, as well as syndicated studies, including a survey of Aboriginal people living on reserves; *Understanding Diversity*, a survey conducted among multi-ethnic Canadians; *North of 60*, a survey of Canadians living in the North; and *Reconnecting Government with Youth*, a study carried out among young Canadians. These horizontal initiatives enabled the Department to share costs, as well as new knowledge about matters of common interest concerning specific target groups.

This year, public opinion research activities will be carried out in connection with major initiatives in which Canada will take part, such as the Vancouver 2010 Olympic Games and Expo 2008 in Saragossa, Spain. Canadian Heritage is planning to continue its research efforts to support Aboriginal cultures and languages. There are also plans to conduct a comprehensive study related to magazines among Canadians. Lastly, the Department will continue to communicate an accurate account of the use of new media and their effects on Canadian cultural content and copyright.

The months of preparation that went into the national survey entitled *Reading and Buying Books for Pleasure* paid off, since the survey produced a wealth of data that enabled the Department to determine the importance of books in the lives of Canadians. The results showed that reading books for pleasure is popular in Canada. The base sample (representative of the Canadian population) consisted of 1,579 Canadians aged 16 and up. An over-sample of 384 respondents from official language minority communities was added to the base sample. This allowed Canadian Heritage to measure the differences in habits and attitudes between Canadians from majority and minority official language communities. In addition, the Department was able to make observations about books as tools for cultural development.

Canada Revenue Agency

The Canada Revenue Agency's (CRA) public opinion research investments relate to the programs and services it offers the public. In 2004–2005, the CRA concluded its fifth large-scale survey of high-level opinion indicators. Given the changes to the CRA's structure and operational mandate, the annual survey was reviewed and redesigned to reflect new organizational realities and needs. Part of the redesign process included research into the public's experiences with, and expectations of, the CRA. The new CRA Corporate Annual Survey is scheduled for launch in early fiscal year 2005–2006.

In 2004–2005, the CRA evaluated new on-line service offerings, including View My Return and My Business Account, and the usability of its Web site. The CRA also undertook research to update its understanding of entrepreneurs and homeowners' perceptions, as well as motivations and attitudes toward participating in the underground economy in the home renovation sector.

Finally, the second CRA Web Site User Survey provided demographic and behavioural profiles, measured satisfaction with various aspects of the Web site and explored the relationship between the Agency's telephone and Internet service channels. This large-scale initiative will be an annual project that will help identify and track trends.

Industry Canada

Industry Canada conducted a variety of syndicated and custom public opinion research in 2004–2005, tracking policy issues as well as economic and social trends among the general public, business audiences, academics and other professionals.

The Department continued its extensive research into topics related to the digital revolution, and continued its coordination of an interdepartmental tracking program of public opinion research on issues related to emerging technologies such as biotechnology. Client satisfaction and Web testing studies continued to comprise an important component of the Department's research efforts.

The second Industry Canada Annual Study probed the views of the Canadian public and business audiences regarding Industry Canada priorities and performance, especially as they relate to government efforts to promote innovation and research and development in Canada and among Canadian businesses.

The Department undertook a quantitative research project in 2004–2005 among self-employed individuals with four or fewer employees, including those who had been in business for less than one year. The study also consisted of interviewing trusted third parties—representatives of trade and industry associations, chambers of commerce/boards of trade, lawyers, accountants and other intermediaries who aid self-employed entrepreneurs. The survey found that entrepreneurs are concerned about financing for their businesses, and agree that there is a role

for government in assisting small business. Survey participants expressed interest in learning more about the government services available to them.

In 2005–2006, Industry Canada intends to expand its research efforts in the business community, including nascent and potential entrepreneurs, and trusted third-party intermediaries.

Public Works and Government Services Canada

Public opinion research plays a critical role in evaluating the services offered by Public Works and Government Services Canada (PWGSC) to other government departments and the Canadian public.

As a common service provider for other government departments, public opinion research at PWGSC focuses mostly on customer satisfaction. Following the creation of the Government Information Services Branch in 2004–2005, PWGSC also used public opinion research to evaluate the services it delivers directly to Canadians, including the Canada Site, Canada Pavilion and Canada Enquiry Centre. Other projects consisted of using research to help forecast emerging trends and issues in government and to obtain input into perceptions and attitudes toward government access channels (in person, telephone, mail and on-line).

One key PWGSC research project—the largest conducted in 2004–2005—was designed to gauge how the Government of Canada could better provide the public, Canadian businesses and international clients with a coherent Internet presence for delivering information and services. Using focus groups and on-line surveys, the quantitative and qualitative study examined the current behaviour and preferences of Internet users in Canada and the United States for accessing government information and services on-line. The study also looked at reactions to possible models for on-line information and service delivery in the future. The results of the study will help in the development of a strategy to guide on-line service delivery government-wide, beyond the end of the Government On-Line initiative.

Looking ahead, the Department's focus on client satisfaction surveys will continue through the next fiscal year and beyond. Most notably, PWGSC is undertaking a three-year longitudinal study aimed at evaluating and analyzing other government departments' satisfaction with The Way Forward initiative—the Department's plan to transform the way it does business and improve its services. This public opinion research initiative is expected to play a significant role in the ongoing implementation of The Way Forward, helping to further define and chart PWGSC's future.

Finance Canada

Finance Canada's public opinion research activities during 2004–2005 included both qualitative and quantitative analysis of Canadians' views on economic and fiscal issues. Specifically, as in previous years, the Department commissioned polling and focus groups prior to the 2004 Economic and Fiscal Update and again prior to Budget 2005.

The polling component of this ongoing research, featuring sample sizes of 1,800, contains a core tracking section that allows Finance Canada to monitor trends in public opinion on fundamental economic issues over several years (e.g., deficit). Beyond this core section, the Department also seeks the public's views on Government of Canada priorities. For qualitative research, Finance Canada typically sets up 10 focus groups in five cities across Canada to ensure adequate regional representation. This research provides valuable input to the development of policies and proposals for government action. The Department therefore intends to continue doing similar research in advance of future budgets and updates.

Finance Canada researches other issues of interest to the Department as the need arises, for example:

- In the summer of 2004, the Department contracted for polling and focus groups on the retail debt program and on coinage.
- During the winter months, the federal government's transfers to provinces and territories were the subject of focus groups.

Social Development Canada

Public opinion research plays a crucial role in helping Social Development Canada (SDC) fulfill its mission to strengthen Canada's social foundations by supporting the well-being of individuals, families and communities through citizen-focused policies, programs and services. Public opinion research, combined with media analysis and public involvement initiatives, enables the Department to meet the expectations of Canadians.

The 2004 Speech from the Throne included a commitment from the government to create a nationwide early learning and child care program. To that end, SDC conducted a comprehensive national public opinion survey on early learning and child care. The study explored three broad areas: public patterns of usage and satisfaction with child care, specific directions for child care (e.g., attitudes toward regulation, government roles) and awareness of the importance of early childhood development.

A telephone survey was conducted among a representative group of 2,006 adult Canadians. The sample included an oversample of Aboriginal Canadians. A key component of the study was to examine the views of parents and, more specifically, to speak with parents of young children about their experiences with child care.

Other public opinion research conducted for the SDC included qualitative research with employers to explore employment issues surrounding people with disabilities and research to test concepts related to SDC's mandate, as well as quantitative research to evaluate the effectiveness of communications products.

Possible future research will involve issues relating to caregivers and their families, poverty (including child poverty) and seniors. Pre- and post-campaign research will also be conducted to test the effectiveness of two planned advertising initiatives: Services for Seniors and Services for Persons with Disabilities.

Research Firms Rankings

Top Research Firms for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	5,315	113
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	4,755	83
IPSOS-REID	3,960	94
PHASE 5 CONSULTING GROUP	2,275	40
DECIMA RESEARCH	1,600	37
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	1,313	30
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,231	15
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	967	25
THE STRATEGIC COUNSEL	779	11
GPC INTERNATIONAL	689	10

This fiscal year the Government of Canada used the services of 74 research firms to fulfill its public opinion research needs (both for custom research and syndicated studies). EKOS Research Associates was the most active research supplier to the Government of Canada, both in the number

of projects (113) and contract value (\$5.3 million). Environics Research Group was the second most active with 83 projects and an approximate contract value of \$4.8 million. A complete listing of all the firms can be found in Appendix Two.

Top Research Firms for Coordinated Custom Research by Contract Value

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,940	52
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	3,890	62
IPSOS-REID	3,350	59
PHASE 5 CONSULTING GROUP	2,275	40
DECIMA RESEARCH	1,572	34
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,231	15
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	1,181	24
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	923	21
THE STRATEGIC COUNSEL	779	11
GPC INTERNATIONAL	665	9

Although EKOS Research Associates undertook the most projects (62), the value of this firm's contracts was slightly lower than the Environics Research Group's,

which undertook 52 projects. Ipsos-Reid was second in terms of the number of projects (59), but third based on contract value.

Top Research Firms for Coordinated Syndicated Studies by Contract Value

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	1,425
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	815
IPSOS-REID	610
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	132
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	119
D-CODE	107
CROP	100
GLOBESCAN	66
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION OF CANADA	64
WAR CHILD CANADA	48

Government departments and agencies subscribed to syndicated studies undertaken by 22 different research firms during the year. EKOS Research Associates' syndicated studies accounted for 37 percent of the total contract value for the Government of Canada. Some of EKOS' top syndicated studies included *Rethinking Government*, *The Security Monitor*, and *Rethinking the Information Highway*.

Environics Research Group was the second-most active, with its top studies including *Focus Canada* and *North of 60 and Remote Community Monitor*. Ipsos-Reid was the third-most active firm for syndicated studies in 2004–2005, with contributions including *Trend Report* and *Reconnecting Government with Youth*.

A thematic listing of syndicated studies is provided in Appendix Three.



Appendix One

Complete Listing of Departments and Agencies by Contract Value

Department/Agency	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
HEALTH CANADA	6,248	106
HUMAN RESOURCES AND SKILLS DEVELOPMENT CANADA	2,033	36
NATURAL RESOURCES CANADA	1,701	39
FOREIGN AFFAIRS CANADA AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	1,415	21
CANADIAN HERITAGE	1,392	37
CANADA REVENUE AGENCY	1,261	26
INDUSTRY CANADA	1,216	34
PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA	1,195	24
FINANCE CANADA	1,051	17
SOCIAL DEVELOPMENT CANADA	1,047	24
TRANSPORT CANADA	892	14
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	882	14
ENVIRONMENT CANADA	844	28
NATIONAL DEFENCE	713	13
INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS CANADA	611	19
PUBLIC SAFETY AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA	562	9
VETERANS AFFAIRS CANADA	560	8
CITIZENSHIP AND IMMIGRATION CANADA	521	17
PARKS CANADA	493	13
FISHERIES AND OCEANS CANADA	405	9
JUSTICE CANADA, DEPARTMENT OF	389	15
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	355	8

Complete Listing of Departments and Agencies by Contract Value (Continued)

Department/Agency	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
PUBLIC SERVICE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AGENCY OF CANADA	329	7
PRIVY COUNCIL OFFICE	316	13
ATLANTIC CANADA OPPORTUNITIES AGENCY	195	7
CANADIAN INTERNATIONAL DEVELOPMENT AGENCY	193	9
CANADIAN INSTITUTES OF HEALTH RESEARCH	186	3
ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE	186	3
NATIONAL RESEARCH COUNCIL CANADA	184	2
CANADIAN SPACE AGENCY	181	3
FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA	154	2
OFFICE OF THE SUPERINTENDENT OF FINANCIAL INSTITUTIONS	153	2
PUBLIC SERVICE COMMISSION	150	2
STATISTICS CANADA	139	7
OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES	138	4
PASSPORT OFFICE	111	2
CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY	89	4
CANADA ECONOMIC DEVELOPMENT FOR QUEBEC REGIONS	85	1
WESTERN ECONOMIC DIVERSIFICATION CANADA	83	4
NATIONAL ROUND TABLE ON THE ENVIRONMENT AND THE ECONOMY	59	2
OFFICE OF THE PRIVACY COMMISSIONER OF CANADA	59	2
CANADA SCHOOL OF PUBLIC SERVICE	48	1
SECURITY INTELLIGENCE REVIEW COMMITTEE	43	1
NATURAL SCIENCES AND ENGINEERING RESEARCH COUNCIL	27	1
CORRECTIONAL SERVICE CANADA	24	1
LIBRARY AND ARCHIVES CANADA	23	2
INFRASTRUCTURE CANADA	22	1
COMMUNICATION SECURITY ESTABLISHMENT	21	1
CANADA BORDER SERVICES AGENCY	21	1
CANADIAN RADIO-TELEVISION AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION	20	1
PUBLIC SERVICE STAFF RELATIONS BOARD	15	1

Appendix Two

Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value

Firm	Contract Value <small>(Thousands of dollars)</small>	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	5,315	113
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	4,755	83
IPSOS-REID	3,960	94
PHASE 5 CONSULTING GROUP	2,275	40
DECIMA RESEARCH	1,600	37
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	1,313	30
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,231	15
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	967	25
THE STRATEGIC COUNSEL	779	11
GPC INTERNATIONAL	689	10
MILLWARD BROWN GOLDFARB	629	8
SAGE RESEARCH	556	13
TNS CANADIAN FACTS	544	11
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	479	9
CIRCUM NETWORK	448	9
WESTERN OPINION RESEARCH	398	6
ROYAL CANADIAN LEGION	314	1
GLOBESCAN	313	11
CROP	234	7
EARNSCLIFFE STRATEGY GROUP	216	3
D-CODE	206	6
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	159	1

Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value (Continued)

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
DELTA MEDIA	136	6
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	119	3
POLLARA	112	5
MASKERY	83	2
THE ANTIMA GROUP	74	3
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION OF CANADA	64	2
ABORIGINAL RESEARCH INSTITUTE	60	1
BATH & ASSOCIATES	53	3
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	50	2
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
WAR CHILD CANADA	48	2
ACNIELSEN	47	3
SQM GROUP	44	2
PIXELERA E-BUSINESS SOLUTIONS	38	2
BRISTOL GROUP	37	1
PUBLIC AFFAIRS & COMMUNITY ENTERPRISES	32	1
TRAFFIC INJURY RESEARCH FOUNDATION OF CANADA	32	1
POIRIER COMMUNICATIONS	30	2
EVP, THE LOGIT GROUP	25	1
TDV GLOBAL	25	1
ORIHWA	25	1
ÉCHO SONDAGE	25	1
DELOITTE	25	1
ORBIS PARTNERS	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
DECISION PARTNERS	24	1

Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value (Continued)

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
CLEAR PICTURE CORPORATION	23	1
RESEARCH RESOLUTIONS & CONSULTING	22	1
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	22	1
INTOINFO CONSULTING GROUP	22	1
PROBE RESEARCH	22	2
CONTENTWORKS	22	1
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	22	1
CoEd COMMUNICATIONS	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE	17	1
CANADIAN POLICY RESEARCH NETWORKS	16	1
MALATEST & ASSOCIATES	15	1
UNIVERSITY OF ALBERTA	15	1
EOS RESEARCH & CONSULTING	15	1
AD HOC MARKETING	13	1
CANADIAN MEDIA RESEARCH CONSORTIUM	11	1
OCETA – ONTARIO CENTRE FOR ENVIRONMENTAL TECHNOLOGY ADVANCEMENT	11	1
PICUS	10	1
PURPLE DOG CONSULTING	9	1
ONE WORLD	6	1
THE OMEGA NETWORK	5	1
DATAPATH SYSTEMS	5	1
AMERICAN ASSOCIATION OF RESEARCH LIBRARIES	5	1
VIEWSTATS RESEARCH	4	1
CSA CONVERGENCE	3	1
VISION RESEARCH	3	1

Appendix Three

Thematic Listing of Syndicated Studies in 2004–2005

The Government of Canada subscribed to various syndicated studies that dealt with a variety of issues. Below is a thematic listing of these studies.

National Public Opinion Overviews

3SC (CROP and Environics Research Group)

Canadian Farm Trends Report (Ipsos-Reid)

Citizens First (Institute of Public Administration of Canada)

Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II (D-Code)

Focus Canada (Environics Research Group)

Focus 50 (Environics Research Group)

Government Service and Satisfaction (Ipsos-Reid)

Perspectives Canada (Pollara)

Rethinking Citizen Engagement (EKOS Research Associates)

Rethinking Government (EKOS Research Associates)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Regional Reports

Aboriginal People in Manitoba (Probe Research)

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)

North of 60 and Remote Community Monitor (Environics Research Group)

Saskatchewan First Nations

High School Student Survey (Western Opinion Research)

CROP-Express (CROP)

International Issues

Canada Plus: The Ties that Bind (GPC International)

Corporate Social Responsibility Monitor (GlobeScan)

Food Issues Monitor (GlobeScan)

Global Issues Monitor (GlobeScan)

Outlook – A War Child Canada Report on Youth and International Affairs (War Child Canada)

Reconnecting Government with Youth (Ipsos-Reid)

Rethinking Energy and Sustainable Development (EKOS Research Associates)

Rethinking North American Integration (EKOS Research Associates)

Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace (EKOS Research Associates)
World Monitor (Ipsos-Reid)

Health Issues

A Clear Perspective (Probe Research)
Food Trends: The Carb Monitor (Ipsos-Reid)
Differences and Attitudes about Second Hand Smoke Between Youth and Adult Smokers and Non-Smokers (Environics Research Group)
Health Insider (IBM Business Consulting Services)
Weight Loss Trends Study (ACNielsen)

High Technology, Innovation and Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)
Canadian Internet Project (Canadian Media Research Consortium)
E-Business in Agriculture (Ipsos-Reid)
Fast Forward (Solutions Research Group)
Internet Planner (ACNielsen)
Rethinking the Information Highway (EKOS Research Associates)

Society

First Nations People On-Reserve (EKOS Research Associates)
Rethinking Science and Society (EKOS Research Associates)

Understanding Diversity (Solutions Research Group)
Understanding Generational Differences in Work Values and Job Satisfaction: Implications for HR Practitioners, Managers and Employers (Canadian Policy Research Networks)
Urban Umbrella (Public Affairs and Community Enterprises Consulting)

Security

Public Security Monitor (EKOS Research Associates)
Road Safety Monitor (Traffic Injury Research Foundation of Canada)

Business/Economic Issues

Automotive Purchase Considerations in Canada (Decima Research)
Corporate Connection (Phoenix Strategic Perspectives)
The Canadian Small Medium Enterprises Report (Corporate Research Associates)

Marketing/Communications

Agricultural Communications Review (Ipsos-Reid)
Canadian Business Media Relations Review (Ipsos-Reid)
Canadian Media Relations Review (Ipsos-Reid)
Quarterly Report on Public Affairs Trends (Decima Research)

Appendix Four

Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

Standing Offers 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- The Strategic Counsel
- Environics Research Group
- Earncliffe Strategy Group
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Sage Research
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara

Series B—Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Corporate Research Associates
- Phoenix Strategic Perspectives
- Millward Brown Goldfarb

- Les Études de Marché Créatec +
- Decima Research
- Pollara
- GPC International
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Earncliffe Strategy Group

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Earncliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara

Supply Arrangements 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- Earncliffe Strategy Group
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Decima Research
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research
- TNS Canadian Facts
- EKOS Research Associates
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Groups
- Corporate Research Associates
- Western Opinion Research
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Pollara


Series B—Quantitative Research

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives
- The Strategic Counsel
- Millward Brown Goldfarb
- Decima Research
- Ipsos-Reid
- Les Études de Marché Créatec +

- Pollara
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Earncliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Phoenix Strategic Perspectives
- Decima Research
- Ipsos-Reid
- Earncliffe Strategy Group
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Corporate Research Associates
- Pollara
- GPC International



Notes

Notes

Série A – Recherche qualitative

- Earncliffe Strategy Group
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Centre de recherche Décima
- Les Études de Marché Crétec +
- Sage Research
- TNS Canadian Facts
- Les Associés de recherche EKOS
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils
- Corporate Research Associates
- Western Opinion Research
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Pollara

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives
- The Strategic Counsel
- Centre de recherche Décima
- Ipsos-Reid
- Earncliffe Strategy Group
- Les Études de Marché Crétec +
- Millward Brown Goldfarb
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Corporate Research Associates
- Pollara
- GPC International

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Pollara
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Earncliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement pour 2004-2007

Offres à commandes
2004-2007

Série A – Recherche qualitative

- The Strategic Counsel
- Environics Research Group
- Earncliffe Strategy Group
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Sage Research
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates
- Centre de recherche Décima
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec + Pollara

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Corporate Research Associates
- Phoenix Strategic Perspectives
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Centre de recherche Décima
- Pollara
- GPC International
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Earncliffe Strategy Group
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Earncliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- Centre de recherche Décima
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara

Engjeux relatifs à la santé

A Clear Perspective (Probe Research)
Food Trends: The Carb Monitor (Ipsos-Reid)
Differences and Attitudes about Second Hand Smoke Between Youth and Adult Smokers and Non-Smokers (Environics Research Group)
Health Insider (IBM Business Consulting Services)
Weight Loss Trends Study (ACNielsen)

Haute technologie, innovation et Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)
Canadian Internet Project (Le Consortium Canadien de Recherche sur les Médias)
E-Business in Agriculture (Ipsos-Reid)
Fast Forward (Solutions Research Group)
Internet Planner (ACNielsen)
Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche EKOS)

Société

Premières nations vivant dans les réserves (Les Associés de recherche EKOS)
Rethinking Science and Society (Les Associés de recherche EKOS)
Understanding Diversity (Solutions Research Group)
Understanding Generational Differences in Work Values and Job Satisfaction: Implications for HR Practitioners, Managers and Employers (Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques)
Urban Umbrella (Public Affairs and Community Enterprises Consulting)

Sécurité

The Public Security Monitor (Les Associés de recherche EKOS)
The Road Safety Monitor (Fondation de recherches sur les blessures de la route au Canada)

Affaires et questions d'ordre économique

Automotive Purchase Considerations in Canada (Centre de recherche Décima)
Corporate Connection (Phoenix Strategic Perspectives)
The Canadian Small Medium Enterprises Report (Corporate Research Associates)

Marketing et communications

Agricultural Communications Review (Ipsos-Reid)
Canadian Business Media Relations Review (Ipsos-Reid)
Canadian Media Relations Review (Ipsos-Reid)
Quarterly Report on Public Affairs Trends (Centre de recherche Décima)

Liste thématique des études multilingues en 2004-2005

Le gouvernement du Canada s'est abonné à plusieurs études multilingues portant sur un grand nombre de questions. Un aperçu thématique de ces études se trouve ci-dessous.

Aperçus de l'opinion publique nationale

3SC (CROP et Environics Research Group)
Canadian Farm Trends Report (Ipsos-Reid)
Les citoyens d'abord (Institut d'administration publique du Canada)
Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II (D-Code)
Focus Canada (Environics Research Group)
Focus 50 (Environics Research Group)
Government Service and Satisfaction (Ipsos-Reid)
Perspectives Canada (Pollara)
Rethinking Citizen Engagement (Les Associés de recherche EKOS)
Rethinking Government (Les Associés de recherche EKOS)
The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Rapports régionaux

Aboriginal People in Manitoba (Probe Research)
Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)
North of 60 and Remote Community Monitor (Environics Research Group)
Saskatchewan First Nations High School Student Survey (Western Opinion Research)
CROP-Express (CROP)

Enjeux internationaux

Canada Plus: The Ties that Bind (GPC International)
Corporate Social Responsibility Monitor (GlobeScan)
Food Issues Monitor (GlobeScan)
Global Issues Monitor (GlobeScan)
Outlook - A War Child Canada Report on Youth and International Affairs (War Child Canada)
Rebrancher le gouvernement avec les jeunes (Ipsos-Reid)
Rethinking Energy and Sustainable Development (Les Associés de recherche EKOS)
Rethinking North American Integration (Les Associés de recherche EKOS)
Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace (Les Associés de recherche EKOS)
World Monitor (Ipsos-Reid)

Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché (suite)

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
CLEAR PICTURE CORPORATION	23	1
RESEARCH RESOLUTIONS & CONSULTING	22	1
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	22	1
INTINFO CONSULTING GROUP	22	1
PROBE RESEARCH	22	2
CONTENTWORKS	22	1
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	22	1
COED COMMUNICATIONS	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE	17	1
RÉSEAUX CANADIENS DE RECHERCHE EN POLITIQUES PUBLIQUES	16	1
MALATEST & ASSOCIATES	15	1
UNIVERSITY OF ALBERTA	15	1
EOS RESEARCH & CONSULTING	15	1
AD HOC MARKETING	13	1
CANADIAN MEDIA RESEARCH CONSORTIUM	11	1
CENTRE ONTARIEN DE L'AVANCEMENT DES TECHNIQUES ÉCOLOGIQUES	11	1
PICUS	10	1
PURPLE DOG CONSULTING	9	1
ONE WORLD	6	1
THE OMEGA NETWORK	5	1
DATAPATH SYSTEMS	5	1
AMERICAN ASSOCIATION OF RESEARCH LIBRARIES	5	1
VIEWSTATS RESEARCH	4	1
CSA CONVERGENCE	3	1
VISION RESEARCH	3	1

Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché (suite)

Société **Valeur du marché** **Nombre de projets**

(en milliers de dollars)

DELTA MEDIA	136	6
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	119	3
POLLARA	112	5
MASKERY	83	2
THE ANTIMA GROUP	74	3
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	64	2
ABORIGINAL RESEARCH INSTITUTE	60	1
BATH & ASSOCIATES	53	3
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	50	2
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
WAR CHILD CANADA	48	2
ACNIELSEN	47	3
SQM GROUP	44	2
PIXELERA E-BUSINESS SOLUTIONS	38	2
BRISTOL GROUP	37	1
PUBLIC AFFAIRS & COMMUNITY ENTERPRISES	32	1
FONDATION DE RECHERCHES SUR LES BLESSURES DE LA ROUTE AU CANADA	32	1
POIRIER COMMUNICATIONS	30	2
EVP, THE LOGIT GROUP	25	1
TDV GLOBAL	25	1
ORIHWA	25	1
ÉCHO SONDAGE	25	1
DELOITTE	25	1
ORBIS PARTNERS	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
DECISION PARTNERS	24	1

Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	5 315	113
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	4 755	83
IPSOS-REID	3 960	94
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	2 275	40
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 600	37
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	1 313	30
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 231	15
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	967	25
THE STRATEGIC COUNSEL	779	11
GPC INTERNATIONAL	689	10
MILLWARD BROWN GOLDFARB	629	8
SAGE RESEARCH	556	13
TNS CANADIAN FACTS	544	11
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	479	9
RESEAU CIRCUM	448	9
WESTERN OPINION RESEARCH	398	6
LÉGION ROYALE CANADIENNE	314	1
GLOBESCAN	313	11
CROP	234	7
EARNSCULIFFE STRATEGY GROUP	216	3
D-CODE	206	6
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	159	1

Liste complète des ministères et organismes selon la valeur du marché (suite)

Ministère ou organisme **Valeur du marché** **Nombre de projets**

(en milliers de dollars)

BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	316	13
AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	195	7
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	193	9
INSTITUTS DE RECHERCHE EN SANTÉ DU CANADA	186	3
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	186	3
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA	184	2
AGENCE SPATIALE CANADIENNE	181	3
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	154	2
BUREAU DU SURINTENDANT DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES	153	2
COMMISSION DE LA FONCTION PUBLIQUE	150	2
STATISTIQUE CANADA	139	7
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	138	4
BUREAU DES PASSEPORTS	111	2
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	89	4
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU CANADA POUR LES RÉGIONS DU QUÉBEC	85	1
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	83	4
TABLE RONDE NATIONALE SUR L'ENVIRONNEMENT ET L'ÉCONOMIE	59	2
COMMISSARIAT À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA	59	2
ÉCOLE DE LA FONCTION PUBLIQUE DU CANADA	48	1
COMITÉ DE SURVEILLANCE DES ACTIVITÉS DE RENSEIGNEMENT DE SÉCURITÉ	43	1
CONSEIL DE RECHERCHES EN SCIENCES NATURELLES ET EN GÉNIE	27	1
SERVICE CORRECTIONNEL DU CANADA	24	1
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA	23	2
INFRASTRUCTURE CANADA	22	1
CENTRE DE LA SÉCURITÉ DES TÉLÉCOMMUNICATIONS	21	1
AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA	21	1
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	20	1
COMMISSION DES RELATIONS DE TRAVAIL DANS LA FONCTION PUBLIQUE	15	1

Liste complète des ministères et organismes selon la valeur du marché

Ministère ou organisme
 Valeur du marché
 Nombre de projets

(en milliers de dollars)

SANTÉ CANADA	6 248	106
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA	2 033	36
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 701	39
AFFAIRES ÉTRANGÈRES CANADA ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 415	21
PATRIMOINE CANADIEN	1 392	37
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 261	26
INDUSTRIE CANADA	1 216	34
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	1 195	24
FINANCES CANADA	1 051	17
DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA	1 047	24
TRANSPORTS CANADA	892	14
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	882	14
ENVIRONNEMENT CANADA	844	28
DÉFENSE NATIONALE	713	13
AFFAIRES INDiennes ET DU NORD CANADA	611	19
SÉCURITÉ PUBLIQUE ET PROTECTION CIVILE CANADA	562	9
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	560	8
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	521	17
PARCS CANADA	493	13
PÊCHES ET OCÉANS CANADA	405	9
JUSTICE CANADA, MINISTÈRE DE LA	389	15
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	355	8
AGENCE DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES DE LA FONCTION PUBLIQUE DU CANADA	329	7

Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multicitoyens selon la valeur du marché

Société

Valeur du marché

(en milliers de dollars)

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	1 425
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	815
IPSO-REID	610
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	132
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	119
D-CODE	107
CROP	100
GLOBESCAN	66
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	64
WAR CHILD CANADA	48

Les ministères, et les organismes du gouvernement se sont abonnés à des études multicitoyens entreprises par 22 sociétés de recherche différentes durant l'année. Les études multicitoyens des Associés de recherche EKOS représentaient 37 % de la valeur totale du marché pour le gouvernement du Canada. Parmi les études multicitoyens de premier plan d'EKOS, signatons *Rebinking Government, The Security Monitor* et *Rebinking the Information Highway*.

Environics Research Group se classait au deuxième rang de l'activité des sociétés grâce à ses grandes études qui comprenaient : *Focus Canada et North of 60 and Remote Community Monitor*. Les études ayant pour titre *Trend Report et Rebrancher le gouvernement avec les jeunes* placent Ipsos-Reid au troisième rang de l'activité des firmes qui ont produit des études multicitoyens en 2004-2005.

Une liste thématique des études multicitoyens se trouve à l'annexe trois.

Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée selon la valeur du marché

Société

Valeur du marché

Nombre de projets

ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 940	52
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	3 890	62
IPSOS-REID	3 350	59
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	2 275	40
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 572	34
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 231	15
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	1 181	24
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	923	21
THE STRATEGIC COUNSEL	779	11
GPC INTERNATIONAL	665	9

Bien que Les Associés de recherche EKOS aient réalisé le plus grand nombre de projets (62), la valeur des marchés attribués à cette entreprise était légèrement inférieure à ceux d'Environics Research Group qui a entrepris 52 projets. Ipsos-Reid se classait au second rang pour ce qui est du nombre de projets (59), mais au troisième pour la valeur du marché.

Classement des sociétés de recherche

Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	5 315	113
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	4 755	83
IPSOS-REID	3 960	94
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	2 275	40
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 600	37
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	1 313	30
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 231	15
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	967	25
THE STRATEGIC COUNSEL	779	11
GPC INTERNATIONAL	689	10

Durant le présent exercice, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 74 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique (recherche personnalisée et études multi-clients). Le gouvernement du Canada considérait Les Associés de recherche EKOS comme son fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du nombre de projets (113) et de la valeur du marché (5,3 millions de dollars). Environics Research Group s'est classé au deuxième rang avec 83 projets et une valeur approximative du marché de l'ordre de 4,8 millions de dollars. Une liste complète de toutes ces entreprises se trouve à l'annexe deux.

La recherche sur l'opinion publique exerce une influence décisive dans l'accomplissement de la mission de Développement social Canada (DSC), laquelle consiste à renforcer les assises sociales du Canada en soutenant le bien-être des personnes, des familles et des collectivités au moyen de politiques, de programmes et de services axés sur les citoyens et les citoyennes. La recherche sur l'opinion publique, combinée aux initiatives d'analyse des médias et de participation du public, habilite le Ministère à répondre aux attentes des Canadiens et des Canadiennes. Le discours du Trône de 2004 comportait un engagement du gouvernement à créer un programme national d'apprentissage et de garde de jeunes enfants. À cette fin, DSC a mené une vaste enquête nationale d'opinion publique sur l'apprentissage et la garde des jeunes enfants. Elle portait sur trois grands domaines d'exploration : les tendances se rapportant à l'utilisation des services de garde et le niveau de satisfaction à l'égard de ces services, les orientations spécifiques à adopter pour la garde des enfants (p. ex., les attitudes vis-à-vis la réglementation, les rôles du gouvernement) et la sensibilisation à l'importance du développement de la petite enfance.

Le Ministère a mené une enquête téléphonique auprès d'un groupe représentatif composé de 2 006 Canadiens et Canadiennes adultes. L'échantillon comprenait un suréchantillon de Canadiens et de Canadiennes autochtones. L'un des éléments clés de l'enquête consistait à examiner le point de vue des parents et, plus particulièrement, à s'entretenir avec des parents de jeunes enfants de leurs expériences en matière de garde d'enfants. Parmi les autres recherches sur l'opinion publique effectuées pour le compte de DSC, notons la recherche qualitative chez les employeurs pour étudier les questions d'emploi des personnes handicapées, la recherche pour tester les concepts liés au mandat de DSC ainsi que la recherche quantitative pour évaluer l'efficacité des produits de communication. Des recherches ultérieures sont prévues pour examiner les questions touchant les aidants naturels et leur famille, la pauvreté (y compris la pauvreté infantile) et les aînés. Des recherches seront également effectuées avant et après la campagne pour vérifier l'efficacité de deux futures activités publiques : les services pour les aînés et les services pour les personnes handicapées.

Au cours de l'exercice 2004-2005, les activités de recherche sur l'opinion publique de Finances Canada comportaient à la fois des analyses qualitatives et quantitatives de l'opinion des Canadiens et des Canadiennes. Plus précisément, comme durant les années précédentes, le Ministère avait commandé des groupes de sondages et de discussion avant La Mise à jour économique et financière 2004 et à nouveau, avant le budget de 2005.

La composante sondage de cette recherche continue, qui s'appuie sur un échantillon de 1 800 personnes, contient une section de suivi clef qui permet à Finances Canada de suivre l'évolution des tendances de l'opinion publique sur des questions économiques fondamentales, et ce sur plusieurs années (p. ex., le déficit). En plus de cette importante section, le Ministère cherche à connaître les opinions du public sur les priorités du gouvernement du Canada. En ce qui concerne la recherche qualitative, Finances Canada réunit normalement 10 groupes de discussion dans cinq villes du Canada pour veiller à une représentation régionale adéquate. Cette

- Au cours de l'été 2004, le Ministère a passé des marchés pour réunir des groupes de sondages et de discussion sur le programme de placement de titres sur le marché de détail et sur la frappe de la monnaie.
 - Durant les mois d'hiver, les transferts du gouvernement du Canada aux provinces et aux territoires ont fait l'objet de groupes de discussion.
- recherche apporte une contribution valable à l'élaboration de politiques et de propositions qui sous-tendent l'action gouvernementale. Le Ministère prévoit donc continuer à faire de la recherche semblable en prévision de budgets futurs et de mises à jour.
- Selon les besoins qui se font sentir, Finances Canada fait de la recherche sur d'autres questions qui l'intéressent. Par exemple :

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

partes au sondage souhaiteraient en apprendre davantage sur les services que leur offre le gouvernement. En 2005-2006, Industrie Canada compte étendre ses efforts de recherche au milieu des affaires afin d'y inclure des entrepreneurs émergents et potentiels et des tiers intermédiaires de confiance.

La recherche sur l'opinion publique joue un rôle indispensable dans l'évaluation des services que Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) offre aux autres ministères du gouvernement et au public canadien.

En tant que fournisseur de services d'intérêt commun à l'intention des autres ministères gouvernementaux, TPSGC fait de la recherche sur l'opinion publique qui cible surtout la satisfaction de la clientèle. À la suite de la création de la Direction générale des services d'information du gouvernement en 2004-2005, TPSGC a aussi eu recours à la recherche sur l'opinion publique pour évaluer les services qu'il dispense directement aux Canadiens et aux Canadiennes. Ces services comprennent le Site du Canada, le Pavillon du Canada et le Centre de renseignements gouvernementaux. D'autres projets font appel à l'usage de la recherche pour aider à prévoir les tendances et les questions émergentes au gouvernement, et pour obtenir de l'information sur les perceptions et les attitudes du public sur les voies d'accès à celui-ci (en personne, au téléphone, par la poste et en ligne).

Un projet de recherche clef de TPSGC – le plus considérable réalisé en 2004-2005 – était conçu pour jager comment le gouvernement du Canada pourrait mieux procurer au public, aux entreprises canadiennes et aux clients internationaux une présence Internet cohérente pour ce qui est de la prestation de renseignements et de services. À l'aide de groupes de discussion et de sondages en ligne, l'étude quantitative et qualitative portait sur les habitudes et les préférences courantes des usagers de l'Internet au Canada et aux États-Unis en ce qui concerne l'accès à l'information et aux services gouvernementaux en ligne. On y examinait en outre les réactions à des modèles possibles d'information en ligne et de prestation de services pour l'avenir. Les résultats de l'étude contribueront à mettre au point une stratégie d'orientation de la prestation des services en ligne dans tout le gouvernement, une fois terminée l'initiative Gouvernement en direct.

Pour préparer l'avenir, le Ministère continuera, au cours du prochain exercice et au-delà de celui-ci, à mettre l'accent sur les sondages touchant la satisfaction de la clientèle. Plus particulièrement, TPSGC entreprend une étude longitudinale de trois ans qui servira à évaluer et à analyser la satisfaction des autres ministères du gouvernement en ce qui concerne le projet appelé Les prochaines étapes qui constitue le plan du Ministère pour transformer la façon dont il fait des affaires et améliorer ses services. Cette initiative de recherche sur l'opinion publique devrait jouer un rôle notable dans la mise en œuvre continue du projet Les prochaines étapes, en contribuant à définir plus clairement l'avenir de TPSGC et à le représenter graphiquement.

Industrie Canada a mené diverses recherches multilingues et personnalisées sur l'opinion publique en 2004-2005, se penchant sur les questions de politique et les tendances économiques et sociales du public en général, des gens d'affaires, des universitaires et d'autres professionnels.

Le Ministère poursuit ses recherches approfondies sur des sujets relatifs à la révolution numérique; il continue de coordonner un programme interministériel de suivi sur la recherche sur l'opinion publique portant sur des questions ayant trait aux technologies émergentes comme la biotechnologie. Les études sur la satisfaction de la clientèle et la mise à l'essai sur le Web constituent toujours une part importante des efforts de recherche du Ministère.

La deuxième étude annuelle d'Industrie Canada a permis de sonder l'opinion du public canadien et des gens d'affaires sur les priorités et le rendement du Ministère, particulièrement en relation avec les efforts que déploie le gouvernement pour promouvoir l'innovation et la recherche-développement au Canada et dans les entreprises canadiennes.

En 2004-2005, le Ministère a entrepris un projet de recherche quantitative parmi les travailleurs et les travailleuses autonomes employant quatre personnes ou moins dont certains étaient en affaires depuis moins d'un an. Dans le cadre de l'étude, on a également interviewé des tiers de confiance, c'est-à-dire des associations de représentants commerciaux et de l'industrie, des membres des chambres de commerce, des avocats, des comptables et d'autres intermédiaires qui aident les entrepreneurs autonomes. Selon cette étude, les entrepreneurs se préoccupent du financement de leur entreprise et faire quelque chose pour appuyer les petites entreprises. Les participants et les partici-

Les efforts de recherche sur l'opinion publique de l'Agence du revenu du Canada (ARC) se rapportent aux programmes et services qu'elle offre au public. En 2004-2005, l'ARC a terminé son cinquième sondage à grande échelle comportant des indicateurs d'opinion de haut niveau. Étant donné les changements apportés à la structure et au mandat opérationnel de l'ARC, le sondage annuel a été revu et restructuré afin de refléter les réalités et les besoins organisationnels nouveaux. Une partie du processus de restructuration comprenait de la recherche sur les expériences que le public a de l'ARC et ses attentes. Le nouveau sondage annuel de l'ARC est prévu pour le début de l'exercice 2005-2006.

En 2004-2005, l'ARC a évalué ses nouvelles offres de services en ligne dont Visionner ma déclaration, Mon dossier d'entreprise et la facilité d'emploi de son site Web. L'ARC a également entrepris de la recherche pour mettre à jour sa compréhension des perceptions, de même que des motivations et des attitudes des entrepreneurs et des propriétaires de maisons en ce qui concerne leur participation à l'économie souterraine dans le secteur de la rénovation résidentielle.

Enfin, le deuxième sondage à l'intention des utilisateurs et des utilisatrices du site Web de l'ARC fournissait des profils démographiques et comportementaux, évaluait le niveau de satisfaction envers divers aspects du site et explorait les rapports entre les voies de service par téléphone et par Internet de l'Agence. On prévoit faire de cette initiative à grande échelle un projet annuel pour déterminer les tendances et en faire le suivi.

Patrimoine canadien

L'année dernière, la recherche sur l'opinion publique menée par Patrimoine canadien était marquée par sa participation à plusieurs initiatives horizontales dont des projets interministériels comme le *National Survey on the Quality of Life in Canadian Communities* et la *Healthy Living Initiative* ainsi que des études multilingues comprenant un sondage auprès des Autochtones vivant dans des réserves. *Understanding Diversity*, un sondage touchant les Canadiens et les Canadiennes d'origines multilingues; *North of 60*, un sondage relatif aux Canadiens et aux Canadiennes vivant dans le Nord; et *Rebrancher le gouvernement avec les jeunes*, une étude chez les jeunes Canadiens et Canadiennes faisaient aussi partie de cette recherche. Ces initiatives horizontales ont permis au Ministère de partager coûts et nouvelles connaissances sur des sujets d'intérêt commun concernant des groupes cibles spécifiques.

Cette année, les activités de recherche sur l'opinion publique auront lieu dans le cadre d'initiatives majeures auxquelles le Canada participera comme les Jeux Olympiques de Vancouver en 2010 et l'exposition de 2008 à Saragosse, en Espagne. Patrimoine canadien prévoit poursuivre ses efforts de recherche pour appuyer les cultures et les langues autochtones. Il planifie également une étude exhaustive sur les magazines chez les Canadiens et les Canadiennes. Enfin, le Ministère continuera à communiquer un compte rendu précis de l'utilisation et des effets des nouveaux médias sur le contenu culturel canadien et les droits d'auteurs.

Le sondage national intitulé *Lecture et achats de livres pour la détente* a donné des résultats et récompensé des efforts de préparation de plusieurs mois, en fournissant quantité de données servant à déterminer l'importance des livres dans la vie des Canadiens et des Canadiennes. Les résultats ont indiqué que lire des livres pour se détendre est populaire au Canada. L'échantillon de base (représentatif de la population canadienne) était composé de 1 579 personnes de 16 ans et plus auquel on a ajouté un suréchantillon de 384 répondants provenant des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Cela a donné à Patrimoine canadien l'occasion de mesurer les différences d'habitudes et d'attitudes entre les Canadiens et les Canadiennes vivant en situation linguistique majoritaire et minoritaire, et de faire des observations quant au livre comme outil de développement culturel.

Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada

Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada emploient beaucoup la recherche sur l'opinion publique pour suivre la progression des attitudes des Canadiens et des Canadiennes sur les questions internationales comme la sécurité, la diplomatie et le développement. Les points de vue sur les relations canado-américaines font l'objet d'un suivi étroit, tout comme les opinions sur les organismes et les accords multilatéraux et bilatéraux. Les ministères exécutent ce travail grâce à la recherche multitiens, omnibus et personnalisée sur l'opinion publique que des sondages, mis gratuitement à leur disposition, viennent enrichir.

Cette année, l'un des principaux projets de recherche consistait en une étude sur le commerce international, laquelle faisait intervenir des groupes de discussion dans des villes clés de tout le Canada, de même que des sondages chez les décideurs. Il fallait examiner les opinions sur le commerce et les valeurs sociales pour déterminer dans quelle mesure ces valeurs correspondaient à la politique commerciale actuelle. Les ministères avaient aussi besoin de mieux comprendre le contexte dans lequel les communicatrices et les communicateurs commerciaux évoluent.

L'étude a révélé que les Canadiens et les Canadiennes ne comprennent généralement pas le processus commercial, mais sont conscients qu'il façonne fondamentalement le monde. En outre, les décideurs approuvent généralement la politique commerciale actuelle et les orientations adoptées par les ministères. Ces conclusions influenceront la façon d'aborder les communications.

Les décideurs appuient fortement la diversification commerciale, particulièrement dans les pays du littoral du Pacifique et en Chine avec leurs nouveaux marchés et leurs marchés émergents. On désire de nouveaux accords commerciaux multilatéraux et bilatéraux pour protéger les investissements canadiens à l'étranger et les décideurs veulent accéder davantage à l'information commerciale. La majorité de ceux-ci favorisent la réglementation des investissements étrangers au Canada.

Les personnes issues du grand public ayant participé à l'étude, exprimaient des réserves sur le commerce avec les pays où les droits de la personne ne sont pas reconnus, qui ont de mauvais dossiers au chapitre de la main-d'œuvre et de l'environnement, mais elles reconnaissent que le commerce stimule l'économie de ces pays et améliorerait leur niveau de vie.

Les participants et les participantes perçoivent le commerce comme étant de plus en plus important pour le Canada au cours de la prochaine décennie et appuient fortement la diversification commerciale. Cela repose en partie sur la croyance que les États-Unis recourent trop rapidement aux obstacles au commerce. Ils croient que la diversification aidera le Canada à exercer une influence internationale de plus grande envergure. On se préoccupe cependant du fait que l'investissement étranger menace la souveraineté canadienne dans de nombreux secteurs industriels.

Les résultats des sondages ont une incidence sur les objectifs commerciaux actuels des ministères et contribuent à leur faire mieux comprendre les attitudes du public.

En 2004-2005, Ressources naturelles Canada (RNCa) a employé la recherche sur l'opinion publique pour recueillir des renseignements et soutenir la vaste gamme d'activités entreprises par le Ministère, à titre de promoteur de l'usage et du développement durables des ressources naturelles, de l'énergie, des minéraux, des métaux, des forêts et des sciences de la terre. Une large part de cette recherche a soutenu l'élaboration des politiques et des programmes et les activités de communication dans le domaine de l'environnement, de l'efficacité énergétique et du changement climatique. En partenariat avec Environnement Canada, cette recherche comprenait des études de base et de suivi effectuées auprès des Canadiens et des Canadiennes. Elles se rapportaient aux sujets suivants :

- compréhension du changement climatique et de ses répercussions;
- connaissance du Protocole de Kyoto et appui à celui-ci;
- attitudes envers l'efficacité énergétique, la conservation et le Défi d'une tonne (DUT).

RNCa s'est servi de la recherche sur l'opinion publique pour ouvrir de nouveaux champs de compréhension (p. ex., les perceptions relatives à la pile à combustible et aux technologies de l'hydrogène), entendre des points de vue sur des questions stratégiques clés (p. ex., ceux des Britannico-Colombiens sur le moratoire sur les ressources pétrolières et gazières au large des côtes) et mieux comprendre ses principaux groupes de clients et de partenaires (p. ex., les conducteurs canadiens sur le rendement du carburant comme critère à prendre en considération lors de l'achat d'une voiture, les employés et les directeurs de concessions d'automobiles sur le *Guide de consommation de carburant* et le programme d'étiquetage).

Le Ministère a eu recours à l'outil normalisé d'évaluation des campagnes publicitaires du gouvernement du Canada pour mesurer l'impact d'une importante campagne menée à la télévision, à la radio et à l'aide de documents imprimés sur le Défi d'une tonne. Cette campagne mettait en vedette Rick Mercer et Pierre Lebeau. Les résultats de deux sondages nationaux montraient le succès remporté par la campagne qui a rejoint et informé les Canadiens et les Canadiennes en ce qui concernait le DUT et les messages qui en découlaient.

RNCa a consacré des fonds à la recherche par abonnement et à la recherche multilinguistique pour améliorer la compréhension du public face aux questions d'environnement et permettre un sondage efficace de l'opinion en matière de coûts parmi des publics particuliers comme le monde des affaires et les Canadiens et Canadiennes du Nord ainsi que des questions fondamentales dont la recherche comparative sur les attitudes des Canadiens et des Américains envers l'énergie et le développement durable.

L'élaboration du site Web et son évaluation contiennent de représenter une part importante du programme de recherche de RNCa, plusieurs projets visant à optimiser l'accès des Canadiens et des Canadiennes aux ressources et aux services dans une gamme de domaines prioritaires comme ceux-ci : les sites Web du gouvernement du Canada consacrés au changement climatique et au Défi d'une tonne (ce dernier comprenait l'essai de convivialité du calculateur d'émissions de gaz à effet de serre en ligne à l'intention des Canadiens et des Canadiennes), *L'Atlas du Canada*, le principal site Web de l'Office de l'efficacité énergétique et le site Les sciences et la technologie pour les Canadiens.

Ressources humaines et Développement des compétences Canada

La recherche sur l'opinion publique fournit des connaissances approfondies sur la sensibilisation du public et ses attitudes face aux politiques, aux programmes et aux communications inhérentes au programme de développement du capital humain du gouvernement du Canada.

L'accès aux études postsecondaires constitue un élément central du plan d'action du gouvernement sur les compétences et l'apprentissage et Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDCC) met de l'avant un certain nombre d'initiatives pour alléger le fardeau financier des personnes qui poursuivent des études postsecondaires.

Au cours de la dernière année, le Ministère a lancé une étude qualitative et quantitative sur des questions se rapportant au Bon d'études canadien (BEC) et à la Subvention canadienne pour l'épargne-études (SCFE). Il souhaitait ainsi déterminer les niveaux de base en ce qui concerne la sensibilisation et les attitudes face à l'épargne en vue des études au sein du grand public et chez les parents à revenu faible à moyen, et explorer les approches possibles en matière de communication. Les brochures proposées sur le BEC, la SCFE et les régimes enregistrés d'épargne-études (REEE) ont également fait l'objet de tests.

D'autres travaux de recherche sur l'opinion publique comprenaient de la recherche qualitative sur l'Initiative Service Canada et de la recherche pour l'élaboration de la Stratégie des compétences en milieu de travail. Le Ministère planifie de la recherche sur le développement des compétences, l'apprentissage, les études postsecondaires, les questions liées au milieu de travail ainsi que les prestations d'emploi et les mesures de soutien.

Cette année encore, RHDCC a mené son sondage annuel de suivi sur les attitudes envers l'assurance-emploi. Le Ministère fait ce sondage depuis 1998. Le sondage permet de suivre les attitudes fondamentales des répondants envers le système d'assurance-emploi et de mesurer les niveaux de connaissance et les domaines de préoccupation du public en ce qui a trait à la réforme. Les résultats relatifs à plusieurs enjeux majeurs ont révélé peu de changements d'un sondage à l'autre. Au cours des quatre dernières années, les Canadiens et les Canadiennes ont continué d'appuyer l'idée de conserver une réserve dans le fonds de l'assurance-emploi, et les perceptions générales du régime d'assurance-emploi demeurent essentiellement les mêmes depuis trois ans. On observe également peu de changement dans l'opinion de la population à savoir si le régime d'assurance-emploi encourage la dépendance ou s'il fournit une passerelle vers un nouvel emploi. D'autres indicateurs clés montrent la continuation de deux tendances perceptibles : depuis 1998, le public perçoit de plus en plus le régime d'assurance-emploi comme étant juste et son niveau d'optimisme économique a augmenté durant les quatre dernières années.

Points saillants des principaux profils de recherche sur l'opinion publique

En guise de contribution au présent rapport, les 10 ministères et organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique ont été invités à présenter un bref aperçu du travail réalisé durant l'exercice. Le lecteur trouvera leur contribution ci-dessous.

Santé Canada

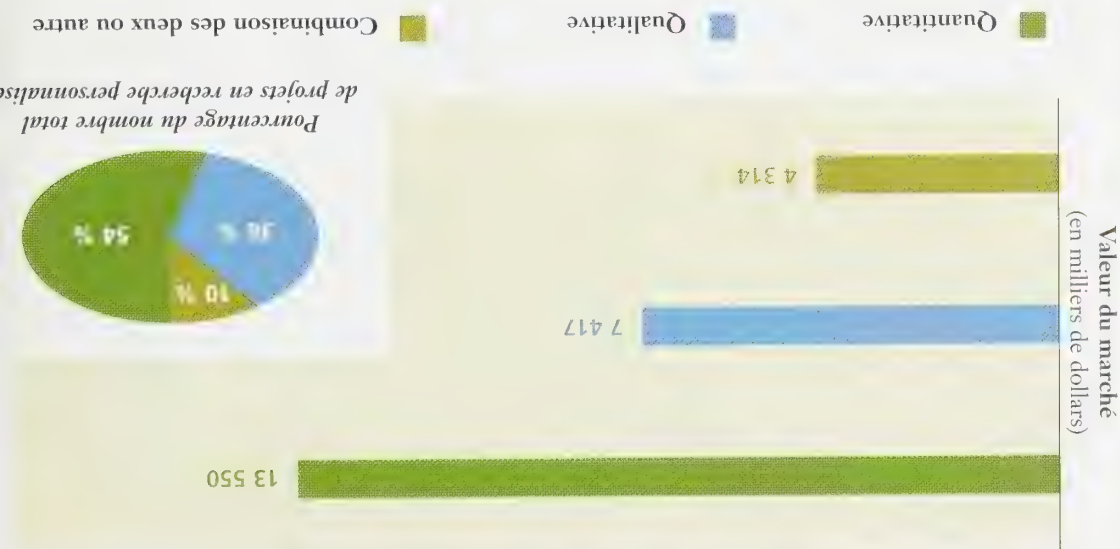
L'année 2004-2005 s'est à nouveau révélée une période passionnante et productive pour ce qui est de la recherche sur l'opinion publique à Santé Canada et à l'Agence de santé publique du Canada. Les deux organismes ont effectué une combinaison de recherche qualitative et quantitative pour appuyer diverses activités de promotion de la santé et de prévention de la maladie (c.-à-d. la campagne vie saine et participation aux sports, la campagne antitabac et l'élaboration d'un indice de la qualité de l'air). La recherche a également éclairé le processus de réforme des soins de santé et le processus principal de prise de décisions réglementaires. On a aussi entrepris avec succès plusieurs sondages importants parmi les Premières nations et les populations autochtones sur des questions comme l'immunisation, la santé bucco-dentaire et la santé sexuelle.

Cette année, une étude particulièrement intéressante rassemblait des indicateurs de base sur les opinions, les connaissances et les perceptions des Canadiens et des

Canadiennes sur la grippe. L'étude était conçue pour appuyer les efforts des fonctionnaires de l'Agence de santé publique du Canada et de Santé Canada en vue de sensibiliser davantage la population et de lui faire mieux comprendre les conséquences de la grippe pandémique et les moyens à prendre pour s'en protéger. Pendant un sondage téléphonique avec plus de 4 000 Canadiens et Canadiennes, on a présenté aux répondants une série de choix forcés par paires en leur demandant d'indiquer quel élément d'information était, selon eux, le plus important à connaître durant une pandémie. On a mis à l'essai sept types différents d'information et les deux plus importants étaient « comment se protéger » (71 %) et « comment empêcher la maladie de se répandre » (68 %). Ces résultats de recherche serviront à orienter l'élaboration du plan de communication intitulé *Grippe A* qui porte sur la grippe pandémique, y compris la préparation de messages clés.

On s'attend à ce que la prochaine année soit également bien remplie, vu que la santé demeure une priorité publique de premier plan. Certaines des questions à explorer au cours du prochain exercice financier comprennent la valeur du publipostage direct, les questions se rapportant aux aînés et la recherche visant l'élaboration du nouveau guide alimentaire.

Pourcentage des projets et valeur totale du marché basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée Méthodologies de recherche utilisées



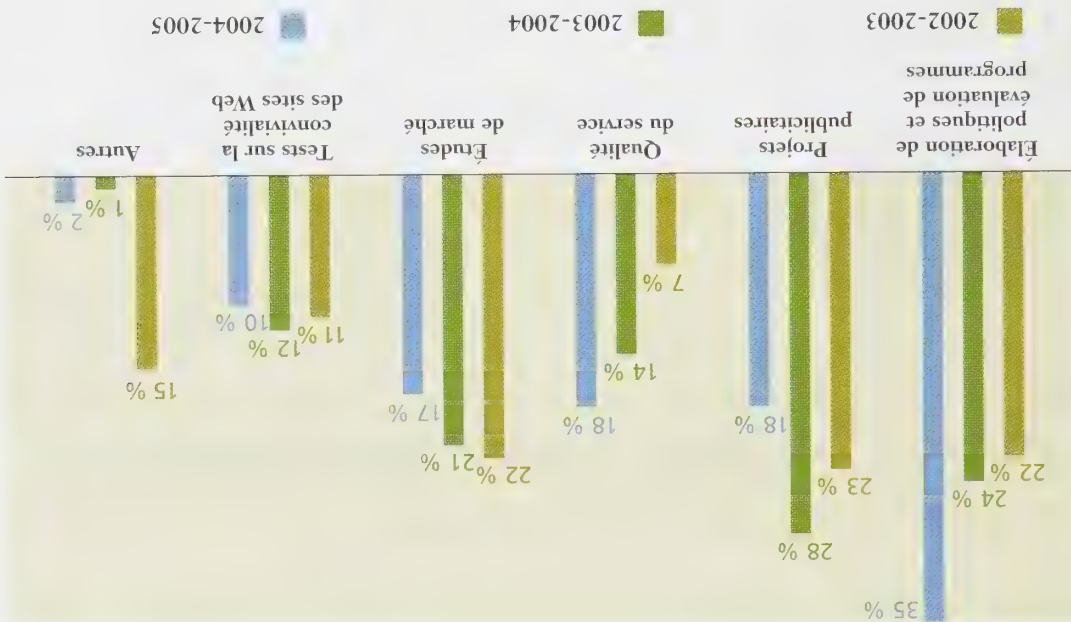
La recherche quantitative se rapporte à l'information obtenue sur certains membres d'une population grâce à des techniques structurées, comme un sondage visant à tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population cible. Plus de la moitié du travail entrepris se classait dans cette catégorie distincte, ce qui équivaut à une augmentation. Les chiffres passent de 47 % en 2003-2004 à 54 % en 2004-2005.

La recherche qualitative concerne l'information obtenue de certains membres d'une population grâce à des techniques non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion ou des entretiens. On emploie normalement une approche qualitative en cas de recherche exploratoire, de recherche en profondeur ou portant sur des questions très complexes. Plutôt que d'utiliser les questionnaires inflexibles et leurs catégories de réponses

rigides à chacune des questions, la recherche qualitative permet des discussions libres ou semi-structurées qui sont plus efficaces quand il s'agit d'atteindre les objectifs de la recherche. Comme c'est une approche exploratoire, il est impossible de projeter des résultats applicables à la population à partir de ce type de recherche. Trente-six pour cent (36 %) de la recherche effectuée en 2004-2005 appartenait à cette catégorie, ce qui représente une diminution en comparaison des 41 % observés l'année précédente.

Quelques projets de recherche consistaient en une combinaison de recherche quantitative et qualitative qui, avec la catégorie « Autre », représentaient les 10 % qui restent. Le mot « Autre » comprend les projets de recherche appartenés à la conception de la ROP (c.-à-d. la conception de questionnaires) et à l'analyse.

Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2002 à 2005



L'élaboration de politiques et l'évaluation de programmes composaient le plus grand segment de toute la recherche personnalisée avec 35 % de la valeur totale du marché consacré à ce type de recherche. En 2003-2004, la recherche effectuée à ce titre représentait 24 % de toute la recherche personnalisée. Les projets publicitaires, qui englobent le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai des produits de communica-

cation et les études de marché ont diminué à 18 % l'année dernière.

en 2004-2005 comparativement à l'année précédente où ils s'établissaient respectivement à 28 % et 21 % des valeurs du marché de la recherche personnalisée. La recherche donnée à contrat pour évaluer l'efficacité des sites Web a également chuté à 10 % alors qu'elle atteignait 12 % l'année précédente. La recherche sous contrat en vue de mesurer la qualité du service a augmenté, passant de 14 % en 2003-2004 à 18 % l'année dernière.

Comparaison de la recherche personnalisée et de la recherche multiclient

Une recherche personnalisée sur l'opinion publique est du travail commandé pour un ministère ou un organisme spécifique. L'organisme qui commande une étude détient les droits de propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet, lesquels sont mis à la disposition des autres ministères et du public par la Bibliothèque du Parlement et Bibliothèque et Archives Canada. Les résultats des études personnalisées que demande le gouvernement du Canada relèvent du domaine public et sont accessibles à tous les Canadiens et les Canadiennes. La recherche personnalisée compose la plus grande partie du travail de ROP entrepris par le gouvernement du Canada.

Les études de recherche multiclientes sont mises au point par des sociétés de recherche qui vendent des abonnements à ces études à des clients des secteurs privé

et public. Ces produits d'emploi courant contiennent souvent de l'information sur les tendances, et sur divers sujets. Le droit d'auteur et la gestion du contenu des études demeurent la propriété exclusive des sociétés de recherche commerciale. Les abonnés n'ont pas le droit de distribuer l'information à d'autres parties qui ne s'y abonnent pas dont les ministères du gouvernement. La recherche multiclientes est parfois le choix le plus économique pour répondre aux besoins de recherche des ministères parce que les abonnés se partagent les coûts de la recherche.

En 2004-2005, le gouvernement du Canada a attribué des contrats de 25,3 millions de dollars (460 projets) en recherche personnalisée, ce qui représente environ 87 % de la valeur du marché de toute la recherche sur l'opinion publique pour la durée de l'exercice. Les études multiclientes totalisaient 3,8 millions de dollars (161 projets).

Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché

Ministère ou organisme	Valeur du marché	Nombre de projets
------------------------	------------------	-------------------

SANTÉ CANADA	6 248	106
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA	2 033	36
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 701	39
AFFAIRES ÉTRANGÈRES CANADA ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA*	1 415	21
PATRIMOINE CANADIEN	1 392	37
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 261	26
INDUSTRIE CANADA	1 216	34
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	1 195	24
FINANCES CANADA	1 051	17
DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA	1 047	24

* En 2004-2005, les ministères des Affaires étrangères Canada et du Commerce international Canada ont donné des contrats de ROP comme une seule entité de recherche. C'est pourquoi les valeurs du marché apparaissent ensemble.

Depuis plusieurs années, Santé Canada dépasse tous les ministères qui font usage de recherche sur l'opinion publique. Cette tendance s'est poursuivie en 2004-2005. L'année dernière, la valeur des marchés attribués au nom de Santé Canada représentait 22 % de la valeur totale du marché et 17 % du total des projets pour le gouvernement du Canada. Ressources humaines et Développement des compétences Canada se classait au

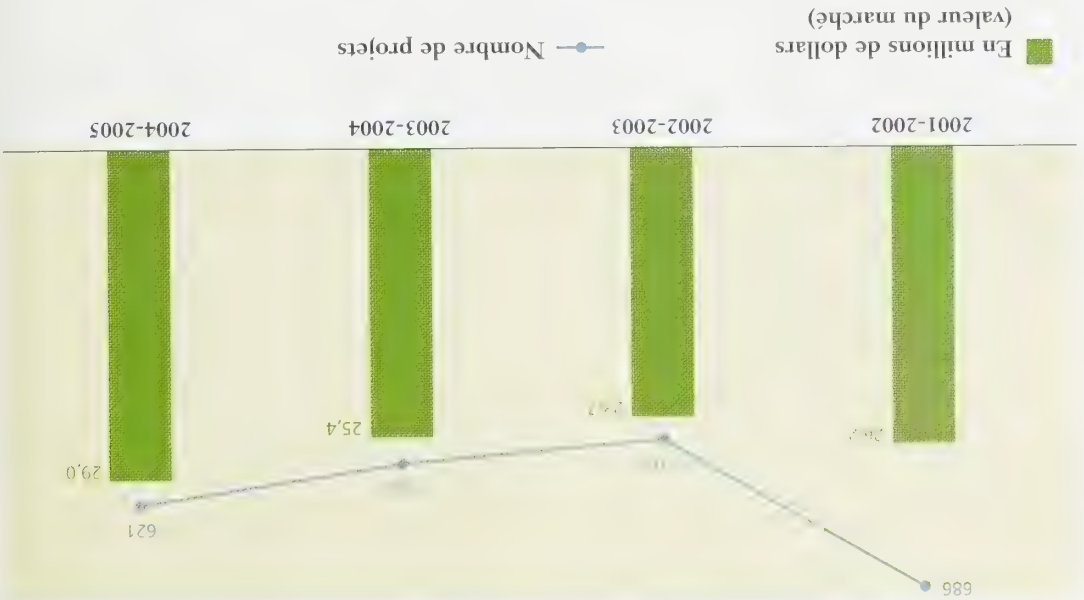
deuxième rang pour ce qui est de la valeur des marchés, avec 36 projets de ROP dont la valeur s'établissait à moins du tiers de ceux de Santé Canada. Huit ministères et organismes avaient mené des projets de recherche de l'ordre de un à deux millions de dollars. Les points saillants de la recherche entreprise par ces ministères apparaissent au chapitre 4.

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2004-2005

Le présent chapitre donne un aperçu des projets et de la valeur des marchés associés à la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement du Canada en 2004-2005. On y trouve de l'information sur les

tendances de la ROP, les méthodologies, les types de recherche et les différences entre la recherche personnalisée et la recherche multiclients.

Projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique de 2001 à 2005



L'importance de la recherche sur l'opinion publique dans les opérations gouvernementales se perçoit dans l'usage qu'en font le gouvernement du Canada et ses ministères et organismes. La valeur en dollars de la ROP donnée à contrat et coordonnée par l'entremise de la Direction de la recherche

en opinion publique en 2004-2005 totalisait 29 millions de dollars, ce qui représente une hausse par rapport aux 25,4 millions de dollars de l'année précédente. L'activité de 2004-2005, qui correspondait à 621 projets, était légèrement supérieure à celle de l'année précédente durant laquelle 593 projets avaient été entrepris.

Communauté de pratique en ROP

La Direction a continué à coordonner les rencontres de la communauté de pratique et d'autres groupes de travail interministériels et à y participer. La communauté, qui comprend des membres d'une trentaine de ministères et d'organismes, se rencontre régulièrement pour partager de l'information et se pencher sur des questions d'intérêt mutuel. Ces questions comprennent : la qualité des sondages et les taux de réponses, les questions d'approvisionnement, les techniques de recherche émergentes, les nouveaux logiciels de sondages, les initiatives conjointes et les partenariats, la nouvelle législation et les exigences de la politique.

Mesure du rendement

En 2004-2005, la DROF a fait un sondage sur la satisfaction de la clientèle pour connaître les perceptions du personnel du Ministère et les niveaux de connaissance des politiques et des règlements orientant les procédures de ROP*. Le sondage comprenait aussi des questions portant sur la qualité et l'utilité des conseils, l'échange d'information et le transfert de connaissances. Le sondage quantitatif sur le Web comprenait des mesures de la satisfaction relatives à l'actualité et à l'accessibilité des données, de même que des mesures du rendement liées à l'équité, à la qualité de l'information et à la compétence. Le sondage avait également pour but d'évaluer l'utilité des publications consacrées à la ROP, les rencontres des membres du réseau, d'information les produits et les colloques de recherche.

Le sondage indiquait que les clients du Ministère accordent de l'importance à deux caractéristiques fondamentales du service : le respect pour la nature trépidante du travail (le temps dont ils disposent pour donner des conseils ou traiter d'un problème et la facilité de rejoindre les conseillers et les spécialistes de la DROF) et la connaissance spécialisée du sujet (compétence du personnel, utilité des conseils donnés et cohérence de l'information ou des conseils fournis d'un projet à l'autre). Quarante-vingt-dix-huit (98) clients des ministères et organismes avaient été invités à remplir le questionnaire. Les résultats obtenus aideront la Direction à améliorer ses services aux ministères et organismes, particulièrement en mettant sur pied plus d'initiatives éducatives comme des événements favorisant l'échange d'information.

*Nota : Au cours de l'exercice 2003-2004, tous les clients de la DROF faisant de la recherche ont été invités par courriel à participer à un sondage en ligne sur la satisfaction de la clientèle face aux services offerts par cette Direction. Le taux de réponse au sondage a atteint 53 %. Pour obtenir des renseignements plus détaillés sur le rapport, veuillez communiquer avec la Direction de la recherche en opinion publique au (613) 943-5130.

■ *Entretenir de bonnes relations avec le secteur de la recherche*

Les efforts déployés pour renforcer les bonnes relations qu'entretiennent les associations du secteur de la recherche et le gouvernement du Canada, représenté par TPSCGC, ont engendré une relation de travail productive entre l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (ARIM), l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale et le gouvernement. Depuis 2003, alors que les rencontres entre le secteur de la recherche et le gouvernement commencent, la relation a évolué et se poursuit au cours des discussions sur des questions d'intérêt mutuel comme les améliorations apportées au processus de passation des marchés. Les organismes ont conjointement créé et institué une exigence, en vigueur depuis mai 2004, selon laquelle les sondages du gouvernement du Canada doivent être inscrits au Système d'enregistrement des sondages de l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing. Ce système national, administré par le secteur, fonctionne depuis plusieurs années et permet au public de confirmer la légitimité d'un sondage, d'obtenir de l'information sur le secteur de la recherche ou de déposer une plainte. Les sondages de ROP du gouvernement du Canada, donnés à contrat grâce aux nouvelles offres à commandes et aux nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement, sont inscrits au Système d'enregistrement des sondages.

- La section de la Recherche sur l'opinion publique de CommNET, un site Intranet de ressources électroniques à l'intention des communicateurs et des communicatrices du gouvernement du Canada, a fait l'objet d'un nouveau développement et contient maintenant plus d'information à l'intention des ministères et des organismes dont ce qui suit :
 - accès à la base de données du SGIR; aperçu des sommaires de projets de recherche que les ministères et organismes fournissent à TPSCGC;
 - liste bilingue d'environ 3 000 rapports de recherche sur l'opinion publique produits par le gouvernement du Canada depuis 1994, lesquels ont été déposés à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement pour que le public y ait accès;
 - plusieurs autres ressources et publications utiles.
- Le bulletin intitulé *Le Coin de la recherche*, lancé en juillet 2004, s'adresse aux coordonnateurs et aux coordonnatrices de recherche des ministères. Il met l'accent sur les nouvelles pratiques, les initiatives conjointes du gouvernement et du secteur de la ROP et sur les projets récents réalisés dans les ministères et les organismes. Il présente aux lecteurs d'autres questions intéressant la communauté. Deux éditions bilingues de huit pages sont produites en format imprimé et en ligne.

La base de données du SGIR propose un système rationalisé sur le Web pour gérer les soumissions de projets de recherche. Cela permet aux utilisateurs et aux utilisatrices de partager de l'information sur des projets de recherche et de déceler des occasions de partenariats sur les questions horizontales, tout en visant à réduire le chevauchement des efforts. Depuis 2003, la base de données a fait l'objet de nombreux essais et a été lancée sur CommNET, un site Intranet du gouvernement, en mars 2005, la mettant ainsi à la disposition de tous les ministères. Les coordonnateurs et les coordonnatrices de recherche des ministères sont en mesure de soumettre des détails de recherche dans le cadre de nouveaux projets, de suivre les progrès accomplis et de préparer des rapports sur les activités de leur ministère. Des séances de formation ont eu lieu au printemps de 2005.

Ressources et publications

- *La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada : Guide d'orientation* (édition révisée) reflète les modifications apportées en 2004 à la Politique de communication du gouvernement du Canada en ce qui a trait à la ROP. On y définit la recherche sur l'opinion publique, et le guide contient un sommaire de la marche à suivre pour acquérir de la recherche ainsi qu'une liste de vérification des principaux éléments ou documents nécessaires pour assurer une documentation adéquate au cours du processus de recherche. La publication propose également un guide étape par étape au processus de recherche sur l'opinion publique et de l'information sur les pratiques exemplaires.

- Grâce au **Transfert de connaissances**, on encourage les partenariats et le partage de la recherche sur l'opinion publique dans tout le gouvernement du Canada. L'unité qui en est responsable développe et gère la base de données en ligne du SGIR, produit divers guides de recherche et de ressources en ligne, et organise des colloques et des réunions de partage d'information à l'intention de la communauté interministérielle de la pratique. Elle encourage également la diffusion des rapports de recherche grâce à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement.
- En 2004-2005, la Direction de la recherche en opinion publique de TPSCG a offert à la communauté de la ROP du gouvernement plusieurs nouveaux outils et nouvelles ressources pour aider les praticiens et les praticiennes de la fonction publique à concevoir et à mener des projets de recherche sur l'opinion publique.

Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP

Direction de la recherche en opinion publique

En mai 2004, à la suite des consultations de TPSSGC avec les associations du secteur de la recherche et les ministères, la Direction de l'approvisionnement en communication a instauré une nouvelle série d'offres à commandes et d'arrangements en matière d'approvisionnement concernant la ROP. Ces mécanismes favorisent une concurrence accrue parmi les fournisseurs de projets, améliorent la transparence du processus de sélection des fournisseurs et donnent aux ministères et organismes du gouvernement du Canada des moyens plus rapides et plus efficaces d'accéder aux services de fournisseurs de recherche expérimentés à des prix concurrentiels.

Pour assurer un service unifié et intégré aux ministères et aux organismes, la Direction de l'approvisionnement en communication travaille de concert avec la Direction de la recherche en opinion publique de TPSSGC. Tous les marchés de recherche sur l'opinion publique doivent passer par la Direction de la recherche en opinion publique avant que la Direction de l'approvisionnement en communication ne conclue de marché. Cette Direction est la seule autorité contractante pour ce qui est de la recherche en opinion publique exécutée par le gouvernement du Canada. Une liste des offres à commandes et des arrangements en matière d'approvisionnement pour l'exercice 2004-2007 se trouve à l'annexe quatre.

La responsabilité de coordonner la recherche sur l'opinion publique pour les institutions fédérales, les organismes, les conseils, les commissions et autres entités désignées aux annexes 1, 1.2 et 2 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* appartient à la Direction de la recherche en opinion publique.

La DROP s'est vu confier le mandat de fournir des services communs obligatoires afin de coordonner la recherche sur l'opinion publique. Elle oriente en outre les ministères, leur offre des conseils et des séances d'information pour les aider à atteindre leurs objectifs de recherche et à assumer leur obligation de rendre compte pour assurer la valeur et la qualité de la recherche qu'ils entreprennent.

En raison du besoin croissant de recherche sur l'opinion publique, le gouvernement du Canada cherche à *optimiser ses ressources*, en évitant le chevauchement des efforts, et à être transparent en créant un organe d'archivage pour les travaux terminés. En 2004-2005, plus de 350 rapports finals de recherche sur l'opinion publique nous sont parvenus des ministères et organismes. Ils ont été déposés dans le domaine public par l'entremise de la Bibliothèque du Parlement et de Bibliothèque et Archives Canada.

Deux unités de la DROP offrent des conseils aux ministères et aux organismes. Elles facilitent aussi l'approvisionnement en matière de services, leur communiquent les pratiques exemplaires et les résultats de recherche, et coordonnent le travail des ministères.

■ Les représentants des Services d'avis conseils proposent des conseils pour aider les organismes gouvernementaux à effectuer de la recherche et à prendre des décisions éclairées. Ils travaillent en

Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

En février 2004, la vérificatrice générale du Canada a remarqué que la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement du Canada était « bien gérée ». Elle a déposé un rapport de vérification sur la ROP où elle a souligné que, dans l'ensemble, les activités de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada « ont été gérées avec transparence. Les rôles et les responsabilités étaient clairs. » À la lumière de la vérification et en accord avec l'effort continu de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour améliorer la fonction de gestion de la recherche sur l'opinion publique, plusieurs changements importants ont été mis en œuvre en 2004-2005 :

- réforme du processus de passation des marchés, conformément à l'approche du Ministère énoncée dans *Les prochaines étapes*, pour employer les offres à commandes dans la plus grande mesure possible;
- instauration d'une nouvelle clause contractuelle excluant spécifiquement l'information liée aux intentions de vote électoral et à l'image des partis politiques; demande adressée aux institutions pour qu'elles veillent à ce que les principes se rapportant aux pratiques équitables du traitement de l'information comprises dans la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, de même que dans

la nouvelle *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, soient respectés dans l'exécution de la ROP; obligation des ministères et des organismes de présenter une justification et la raison d'être de leurs recherches pour mieux documenter leurs projets; exigence envers les institutions qui devront faire des essais préliminaires et évaluer toutes les campagnes importantes (400 000 \$ ou plus en achats médias) en se servant de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECPT) pour garantir la constance dans l'évaluation des campagnes et conférer avec TPSGC lorsqu'elles prévoient faire ce genre de recherche;

- redoublement des efforts du Ministère pour s'assurer que les rapports finals sont déposés dans le domaine public; instauration de la base de données du Système de gestion de l'information sur la recherche (SGIR) et promotion de son usage auprès des organismes gouvernementaux.

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Au gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique représente la cueillette planifiée d'information, par ou pour une institution gouvernementale, sur les opinions, les attitudes, les impressions, les jugements, les idées, les réactions ou les points de vue dont ceux du personnel des institutions gouvernementales. L'information pourrait être associée à une vaste gamme d'activités telles que la recherche stratégique, le marketing, les communications et la publicité, l'évaluation de programmes, la qualité du service ou les études de satisfaction de la clientèle, et le développement de produits.

La recherche sur l'opinion publique fournit de l'information pour :

- faciliter l'élaboration de programmes, de services et de produits de communication;
- évaluer les plans et les initiatives en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation pour les programmes et les services du gouvernement;
- jauger les demandes et les attentes de la population canadienne et des intervenants, comme les entreprises;
- évaluer les programmes et les services afin d'optimiser les fonds publics dépensés.

La Politique de communication du gouvernement du Canada fournit un cadre dans lequel la recherche sur l'opinion publique doit être faite. Elle stipule que les institutions fédérales désignées aux annexes 1, 1.1 et 2 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* (LGFP) – y compris tous les ministères et organismes du gouvernement du Canada – se conforment à ses exigences. D'autres institutions, comme les sociétés d'État et celles qui détiennent l'autorité nécessaire pour entreprendre leur propre passation de marchés en vertu des articles

41 (1) et 41 (2) de la LGFP, sont exemptées. Ainsi, le présent rapport met-il l'accent sur les activités de ROP des institutions touchées par la politique, parce que TPSCGC a coordonné leurs projets et passé leurs marchés en recherche sur l'opinion publique.

Le cas échéant, la Politique de communication du gouvernement du Canada encourage les ministères et les organismes à recourir à la ROP pour appuyer leurs opérations, de la conception de programmes et de services à l'assurance que les objectifs sont atteints et les attentes satisfaites. Les ministères et les organismes qui font de la recherche désignent un coordonnateur ou une coordonnatrice de la ROP qui est responsable de surveiller les projets de recherche et de procéder à la liaison avec TPSCGC. Le personnel qui coordonne la ROP établit généralement le contact initial avec TPSCGC au tout début de la recherche pour obtenir l'avis de ses conseillers en ROP.

Pour assurer une gestion cohérente et rentable de la recherche sur l'opinion publique dans l'ensemble du gouvernement, les institutions doivent :

- coordonner la planification et la mise en œuvre des initiatives de recherche sur l'opinion publique avec la DROP de TPSCGC;
- passer des marchés de services de recherche sur l'opinion publique par l'intermédiaire de la DAC de TPSCGC;
- veiller à ce que les principes de pratique équitables du traitement de l'information soient respectés;
- garantir la qualité et la valeur des recherches qu'elles commandent ou effectuent elles-mêmes;
- fournir des exemplaires des rapports finals à la DROP qui, à son tour, les déposera à la Bibliothèque du Parlement et à Bibliothèque et Archives Canada sous forme imprimée ou électronique;
- diffuser les résultats de la recherche aux autres institutions fédérales;
- communiquer les résultats finals au public sur demande.

Comme l'indique la Politique de communication du gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique (ROP) aide le gouvernement à « mieux comprendre la société canadienne; cerner les besoins et les attentes des citoyens; évaluer les réactions aux propositions ou aux modifications ou initiatives éventuelles; évaluer l'efficacité de ses politiques, programmes et services; mesurer les progrès réalisés en ce qui a trait à l'amélioration du service; évaluer l'efficacité des activités de communication, notamment la publicité; ou planifier et évaluer des initiatives de marketing, entre autres applications. »

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) travaille en étroite collaboration avec ses partenaires des ministères, des organismes et des autres ordres de gouvernement, s'efforçant de trouver des moyens novateurs de fournir des services plus intelligents, plus rapidement et à moindre coût, et d'améliorer la façon dont le gouvernement du Canada fait des affaires. Le Ministère détient l'autorité technique pour ce qui est de la coordination de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada et a le pouvoir de passer des marchés à cet égard. Les ministères et organismes qui entreprennent de la ROP doivent consulter la Direction de la recherche en opinion publique (DROP) de TPSGC à l'étape initiale de la recherche. La Direction facilite la réalisation d'études

de ROP en aidant les ministères et les organismes en cours de route, pour qu'ils atteignent leurs objectifs de façon rentable. Le personnel de la Direction travaille avec ses collègues de la Direction de l'approvisionnement en communication (DAC) qui fournissent un service commun obligatoire à titre d'autorité contractante du gouvernement du Canada en ROP.

Ce quatrième Rapport annuel de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada donne un aperçu des projets de recherche coordonnés par TPSGC pour aider les ministères et organismes à combler leurs besoins en recherche. Il fait également ressortir les tendances de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada. En 2004-2005, le gouvernement a pris l'initiative de 621 projets de ROP coordonnés par l'entremise de TPSGC pour une valeur du marché se chiffrent à 29 millions de dollars, et ce en utilisant les services de 74 sociétés de recherche. Le présent rapport permet un survol des activités de ROP du Ministère et fait connaître les ministères et les organismes les plus actifs dans ce domaine. Le rapport illustre les activités des sociétés de recherche auxquelles le gouvernement du Canada a eu recours pour faire de la recherche personnalisée et de la recherche multichiens.*

*Nota : Ce rapport fait connaître les projets de recherche sur l'opinion publique et les contrats coordonnés par TPSGC. Les chiffres contenus dans le rapport sont basés sur la valeur des marchés et non sur les dépenses.

1	Message du Ministre
5	Vue d'ensemble
7	Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada
8	Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP
8	Direction de la recherche en opinion publique
12	Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2004-2005
12	Projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique de 2001 à 2005
13	Principaux ministères et organismes pour la coordination de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché
14	Comparaison de la recherche personnalisée et de la recherche multitiellets
15	Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2002 à 2005
16	Pourcentage des projets et valeur totale du marché basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée
17	Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique
17	Santé Canada
18	Ressources humaines et Développement des compétences Canada
19	Ressources naturelles Canada
20	Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada
21	Patrimoine canadien
22	Agence du revenu du Canada
22	Industrie Canada
23	Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
24	Finances Canada
25	Développement social Canada
26	Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché
27	Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée selon la valeur du marché
28	Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multitiellets selon la valeur du marché
29	Annexes
29	Annexe un : Liste complète des ministères et organismes selon la valeur du marché
31	Annexe deux : Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché
34	Annexe trois : Liste thématique des études multitiellets en 2004-2005
36	Annexe quatre : Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement pour 2004-2007

J'ai le plaisir de vous présenter le Rapport annuel 2004-2005 intitulé *La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada*.

La recherche sur l'opinion publique est un outil qu'emploient les ministères et les organismes pour comprendre les besoins et les attentes des Canadiens et des Canadiennes. Ainsi les programmes et les services sont-ils mieux adaptés aux besoins de la population.

En février 2004, la vérificatrice générale du Canada concluait que la recherche sur l'opinion publique était « bien gérée » au gouvernement du Canada. Depuis, conformément à l'initiative *Les prochaines étapes* qui visait à offrir des services plus intelligents, plus rapidement et à moindre coût, nous avons fait de nombreux efforts pour nous assurer que la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada est exécutée avec impartialité et transparence, étant guidés par des principes d'optimisation des ressources, de bonne intendance des fonds publics et de souplesse.

Par exemple, nous avons eu recours à de nouveaux outils de passation des marchés, offrant aux fournisseurs, à l'échelle du Canada, un processus d'appel d'offres rigoureux et concurrentiel. Les nouvelles offres à commandes et les nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement permettent aux ministères et aux organismes d'obtenir des services de recherche sur l'opinion publique de façon efficace et efficiente, grâce à des entreprises de recherche chevronnées.

Nous avons implanté une base de données électronique sur la gestion de projets et la recherche pour aider tous les ministères et organismes à renforcer leurs activités de gestion de la recherche et à réduire le chevauchement des efforts. Nous avons également pris des mesures maintenant l'interdiction d'acheter des données révélant les intentions de vote des électeurs et l'image des partis politiques.

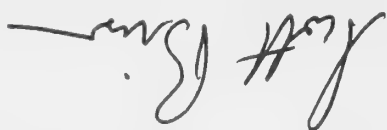
En outre, nos consultations continues

avec les principales associations canadiennes d'études de marché ont donné lieu à une entente de partenariat, en mai 2004. Cette entente a mené à la création d'un système d'enregistrement des sondages. Ce système national, administré par le secteur de la recherche, exige l'enregistrement des sondages faits par le gouvernement du Canada. Par l'entremise de ce système, le public peut s'assurer de la légitimité d'un sondage, obtenir de l'information sur le secteur des études de marché ou déposer une plainte.

Nous avons accompli beaucoup de bon travail cette année, mais d'autres améliorations se profilent à l'horizon. Au cours de l'année qui vient, nous mettrons sur pied un comité consultatif technique composé d'experts provenant du gouvernement, des universités et du secteur des études de marché. Ce comité participera à l'établissement de balises pertinentes sur la qualité des sondages de recherche réalisés par le gouvernement du Canada. Cette initiative aidera les ministères à assurer en permanence un haut niveau de qualité dans la recherche qu'ils exécutent. Le Ministère continuera également à jouer un rôle de premier plan dans la prestation de conseils éclairés aux autres ministères en ce qui concerne la qualité des sondages.

J'espère que cet aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique réalisées par le gouvernement du Canada en 2004-2005 vous sera utile et informatif.

Scott Brison



Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux



Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Novembre 2005
Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche en opinion publique au (613) 943-5130.
Version électronique : www.communication.gc.ca
Numéro de catalogue : P100-1/2005
ISBN : 0-662-69440-6

La recherche
sur l'opinion publique
au gouvernement
du Canada



Rapport annuel 2004-2005

Préparé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

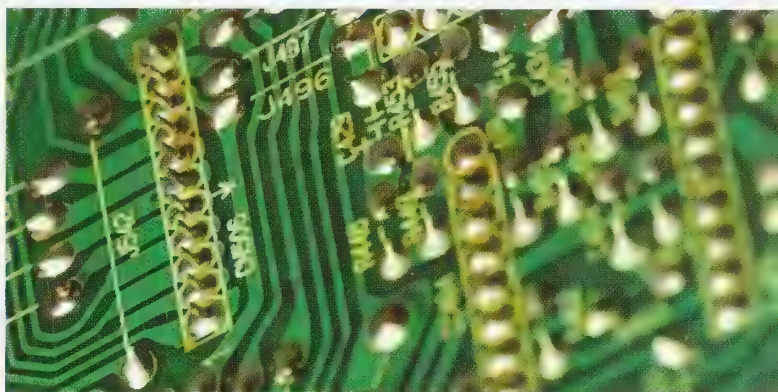
La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Rapport annuel 2004-2005

CA1
CO
- P75

ANNUAL REPORT 2005-2006

Government
Publications



Public Opinion Research in the Government of Canada

Public Opinion
Research
in the
Government
of Canada



ANNUAL REPORT 2005–2006



Published by Public Works and Government Services Canada
September 2006

For more information, please contact the
Public Opinion Research Directorate at 613-943-5130.
Internet version: www.pwgsc.gc.ca/por/text/rpt-e.html
Catalogue Number: P100-1/2006
ISBN: 0-662-49445-8

Minister's Message



I am pleased to present the 2005–2006 Annual Report on *Public Opinion Research in the Government of Canada*.

Over the past year, the Government of Canada has given renewed priority to transparency and accountability through Bill C-2, the *Federal Accountability Act*. Provisions in this Bill will require departments and agencies to provide written public opinion research reports to Library and Archives Canada within six months of the completion of fieldwork to facilitate access to the public. An equally significant initiative is the government's decision to undertake an independent review of public opinion research procurement practices. An Independent Advisor will be appointed for a period of up to six months to conduct this review and determine whether further actions or initiatives are required.

The government has put forward these two key initiatives in an effort to ensure fairness, accessibility and value for money for the government's public opinion research.

Public Works and Government Services Canada helps other federal departments and agencies serve Canadians. It therefore has a special duty to strive for transparency, accountability, cost-effectiveness and excellence. This report demonstrates our efforts to date for the continued renewal of public opinion research throughout the Government of Canada.

Michael M Fortier

Minister of Public Works and Government Services

Table of Contents

1	Minister's Message
5	Introduction
8	Renewal of Public Opinion Research in the Government of Canada
8	Renewal of POR Procurement Instruments
9	Public Opinion Research Directorate
11	Continuing Good Relations With Industry
11	POR Community of Practice
12	Performance Measurement
13	Public Opinion Research in 2005–2006 in the Government of Canada
13	Total Projects Coordinated Through the Public Opinion Research Directorate
14	Top Departments and Agencies for All Coordinated Public Opinion Research
15	Custom and Syndicated Research
16	Type of Research as a Percentage of Total Contract Value of Coordinated Custom Research, 2003–2006
17	Percentage and Total Contract Value of Projects Based on Research Methodology for Coordinated Custom Research, 2005–2006
18	Highlights of Key Public Opinion Research Projects
18	Health Canada
19	Human Resources and Social Development Canada
20	Natural Resources Canada
21	Canada Revenue Agency
22	National Defence
23	Foreign Affairs and International Trade Canada
24	Indian and Northern Affairs Canada
25	Public Safety and Emergency Preparedness Canada
26	Canadian Heritage
27	Transport Canada
28	Research Firms
28	Top Research Firms for All Coordinated Public Opinion Research
29	Top Research Firms for Coordinated Custom Research
30	Top Research Firms for Coordinated Syndicated Studies
31	For more information
32	Appendices
33	I Complete Listing of Departments and Agencies Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006
35	II Complete Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006
38	III Thematic Overview of Syndicated Studies, 2005–2006
40	IV Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

Introduction

Public opinion research helps the government to better understand Canadian society and to identify citizen needs and expectations. It is used to assess the public's response to proposals or to possible changes or initiatives; to assess the effectiveness of policies, programs and services; to measure progress in service improvement; to evaluate the effectiveness of communication activities such as advertising; and to plan and evaluate marketing initiatives, among other applications

*Communications Policy of the Government of Canada, Treasury Board of Canada,
August 1, 2006*

With its partners in other federal organizations and other levels of government, Public Works and Government Services Canada (PWGSC) seeks to deliver services smarter, faster and at reduced cost, and to improve how the federal government does business. The Department has coordinating and contracting authority for public opinion research (POR) within the government. It exercises this authority through two of its directorates, which work together:

- **The Public Opinion Research Directorate.** Federal organizations planning to undertake public opinion research must consult the Directorate from the initial stages of their projects. The Directorate offers guidance throughout the process to help ensure that research is conducted within industry standards and according to government policies, and that the organizations meet their objectives cost-effectively.
- **The Communication Procurement Directorate.** This unit provides a mandatory common service as the government's contracting authority for public opinion research.

Public Opinion Research in the Government of Canada

Public opinion research in the Government of Canada is the planned gathering of information by or for a federal institution, on opinions, attitudes, perceptions, judgments, feelings, reactions or views (including those of government employees). The information may concern a broad range of activities; examples include policy-making, marketing, communications and advertising, program evaluation, quality of service studies, customer satisfaction studies, and product development.

The information gathered assists in various tasks:

- developing programs, services and communications products;
- assessing policy initiatives and plans;
- designing delivery methods for government programs and services;
- measuring the demands and expectations of the Canadian population and stakeholders (e.g. businesses); and

- evaluating programs and services to ensure value for public money spent.

The *Communications Policy of the Government of Canada* sets out a framework for conducting public opinion research. This is mandatory for departments and agencies identified in schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. The Policy does not apply to other institutions, such as Crown corporations and those authorized to undertake their own contracting under sections 41(1) and 41(2) of the Act. This report therefore focuses on POR activity of institutions covered by the Policy.

When appropriate, departments and agencies may use public opinion research in support of their operations, from designing programs and services to ensuring that goals and expectations are met. A department/agency conducting research names a POR coordinator, who is responsible for overseeing the organization's research projects and acting as liaison with PWGSC.

To ensure coherent, cost-effective management of public opinion research throughout the government, institutions must:

- coordinate the planning and implementation of POR initiatives with the Public Opinion Research Directorate of PWGSC;
- initiate contact with PWGSC at the earliest stage of research to seek advice from its POR advisors;
- contract public opinion research services through the Communication Procurement Directorate of PWGSC;
- ensure compliance with the principles of fair information practices embodied in Sections 4 to 8 of the *Privacy Act*, as well as in the *Personal Information Protection and Electronic Documents Act*;
- ensure final research reports are deposited with Library and Archives Canada and with the Library of Parliament;
- share results with other federal institutions; and
- release final results to the public on request.

About the Report

This is the fifth annual report on public opinion research in the federal government.

- Section 1 discusses projects coordinated by PWGSC to help maintain the quality of public opinion research in the government, and to help departments and agencies fulfill their research needs.
- Section 2 presents government-wide trends in public opinion research. In 2005–2006, 516 POR projects were initiated by the government and coordinated through PWGSC; these had a contract value of \$26.8 million and used the services of 61 research firms.
- Section 3 summarizes POR activities undertaken by departments and agencies, particularly those that have been most active in public opinion research.
- Section 4 gives details of research firms used by the government for both custom and syndicated research.
- Section 5 explains how to obtain more information.

- Appendix I lists departments/agencies engaged in POR during the past year.
- Appendix II lists all firms contracted to perform POR during the year.
- Appendix III groups syndicated studies by the themes with which they dealt.
- Appendix IV lists all standing offers and supply arrangements in place for POR for the period 2004–2007.

The report covers public opinion research projects and contracts coordinated through Public Works and Government Services Canada.

Renewal of Public Opinion Research in the Government of Canada

In February 2004, the Auditor General of Canada indicated that, overall, public opinion research (POR) in the federal government was well managed. At the same time the Auditor General's Report to Parliament on POR noted areas for improvement. In light of these observations and in line with the continuing effort of Public Works and Government Services Canada (PWGSC) to improve the management of public opinion research, several important changes were implemented in 2004–2005. These were noted in last year's annual report on public opinion research. The following measures are ongoing:

- enhancement of the contracting process consistent with the Department's *The Way Forward* initiative;
- renewed efforts to assist with the deposit of final reports in the public domain; and
- further improvement of the Research Information Management System (RIMS) database, and its promotion to government organizations (see p. 10).

In the Auditor General's November 2005 report to Parliament, Chapter 2 examined the quality and reporting of surveys, and noted a number of concerns. In response, further important measures were taken in 2005–2006:

- work toward the establishment of an Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality; and
- an initiative to identify best practices for maximizing response rates to the federal government's public opinion research by telephone.

In addition, as part of ongoing efforts to meet departmental needs, preparations were started for a second client satisfaction study to be completed in 2006–2007 (see p. 12).

Renewal of POR Procurement Instruments

In May 2004, following PWGSC consultations with industry associations and departments, the Communication Procurement Directorate (CPD) introduced a new series of standing offers and supply arrangements for POR. These tools offer a number of benefits:

- increased competition among suppliers for projects;
- improved transparency in the supplier selection process; and

- faster and more efficient access for departments/agencies to the services of proven research suppliers, at competitive prices.

The Communication Procurement Directorate works with the Public Opinion Research Directorate (PORD) to ensure unified and seamless service to departments and agencies. CPD is the sole contracting authority for public opinion research for institutions identified in schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. Before the Directorate may issue any contract for public opinion research, it must first be reviewed by PORD.

Public Opinion Research Directorate

The Public Opinion Research Directorate provides a mandatory common service centre coordinating public opinion research for federal institutions.

PORD also provides guidance, offers advice and organizes information sessions. These help federal organizations to achieve their research objectives and ensure the value and quality of the research they undertake.

With the growing need for public opinion research, the Government of Canada aims for:

- *value for money*, by avoiding duplication of effort and ensuring a competitive procurement process; and
- *transparency*, by making completed research available to the public through Library and Archives Canada.

Two PORD units aid departments and agencies with their research needs. They also facilitate the procurement of services, share best practices and research results, and coordinate work across federal organizations.

- **Advisory Services** works closely with research coordinators in departments and agencies, guiding them through the steps in the process of acquiring POR services. The unit offers assistance tailored to the specific needs and objectives of each organization, on topics such as methodology, legislative and policy requirements, industry standards, procurement methods, and ways of achieving value for money. After reviewing a project, the assigned advisor issues a registration number and submits the project to the Communication Procurement Directorate, which prepares a contract. In 2005–2006 advisors reviewed, coordinated and registered 516 POR projects.
- **Knowledge Management** fosters partnerships and the sharing of public opinion research across the federal government. The unit develops and manages the on-line Research Information Management System (RIMS) database, produces the annual report, research guides and on-line resources, and organizes information-sharing meetings and sessions for the POR interdepartmental community of practice. It also promotes the sharing of research reports. In 2005–2006, PORD received 435 final custom research reports from departments and agencies, and deposited them with Library and Archives Canada and the Library of Parliament.

In 2005–2006 the Public Opinion Research Directorate offered the government POR community several new tools and resources to help practitioners in designing and conducting public opinion research projects.

Electronic Project Management Database

RIMS is a streamlined, Web-based database for use in managing research project submissions. It enables users to share information on research projects, identify partnership opportunities on horizontal issues and reduce duplication of effort. The database was launched on CommNET, a government intranet site, in March 2005, making it available to all federal organizations. Departmental research coordinators are able to submit research details for new projects, track project progress and electronically generate reports on departmental activities.

RIMS was promoted and further developed in 2005–2006. For example:

- Training sessions were held throughout the year.
- A number of new system-generated reports were created to support departmental needs.
- The new Partnering Billboard was created to enable departments to find partners for some major projects. For example, Indian and Northern Affairs Canada found partners for its Survey of the North and a survey of Aboriginal people living off-reserve.

Management of Research Reports

A part of PORD's mandate is facilitating deposit of final research reports with the Library of Parliament and with Library and Archives Canada. In 2005–2006 arrangements were introduced for electronic deposition with both institutions.

- Since November 2005, in addition to cataloguing print reports, Library and Archives Canada has started receiving reports from PORD electronically. It catalogues them and posts them on the Internet in its Electronic Collection.
- A similar arrangement was introduced with the Library of Parliament in early 2006, making reports available electronically to parliamentarians and journalists.

Resources and Publications

- *Research Techniques: Guideposts to Value* appeared in a revised edition in April 2005. The publication explains approaches for federal employees involved in public opinion research. It outlines the advantages and disadvantages of current collection methods, and provides information on conventional research as well as emerging Internet-based techniques. The aim is to provide help in selecting an approach that will effectively meet research objectives. Appendices list the steps to be taken in acquiring research.
- CommNET, an e-resource intranet site for Government of Canada communicators, features a Public Opinion Research section. This was updated and contains more information and tools for departments and agencies, including:

- access to the RIMS database;
- an outline of the research project summary provided by departments and agencies to PWGSC;
- a bilingual list of over 3,700 federal public opinion research reports that have been produced since 1994 and are available to the public at Library and Archives Canada and the Library of Parliament;
- access to actual POR reports on-line in Library and Archives Canada's Electronic Collection; and
- many other useful resources and publications.

■ *The Research Corner* is a newsletter for departmental research coordinators, launched in 2004. It highlights new practices, joint government–industry initiatives, recent projects by federal organizations and other issues of interest to POR practitioners in the Government of Canada. Two bilingual editions were produced in print and on-line in 2005–2006.

- Ensuring that all Government of Canada surveys contracted through the new POR standing offers and supply arrangements are registered with the Marketing Research and Intelligence Association Survey Registration System (see box, p. 12).
- Consultations on survey quality.
- Identification of best practices in research.
- Training needs of federal employees in the area of public opinion and marketing research.
- Raising awareness of the importance of participating in public opinion research studies, and giving voice to wide-ranging matters of concern to the public.
- Participation of two MRIA-nominated representatives on the Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality.
- Development of new courses in public opinion research that are directly relevant to federal government employees.

POR Community of Practice

During the year the Public Opinion Research Directorate continued to coordinate and participate in meetings of the federal community of practice and other interdepartmental working groups. The community includes POR practitioners from about 30 departments and agencies. It met regularly to share information and address issues of mutual concern, such as survey quality and response rates, procurement issues, emerging research techniques, new survey software, joint initiatives and partnerships, and new legislation and policy requirements.

Continuing Good Relations With Industry

In 2003 the Government of Canada, represented by PWGSC, began meeting with the industry, represented by the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA) and the Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale. The result has been a growing and productive working relationship that deals with issues of mutual interest. These include:

Performance Measurement

In 2005–2006 the Public Opinion Research Directorate began preparations for its second client satisfaction survey, planned for 2006–2007. The first was conducted in 2004–2005; of the respondents, 89 percent were satisfied with the extent to which staff members were helpful, 86 percent were satisfied overall with PORD's services and 84 percent were satisfied with the usefulness of the advice provided.

The 2006–2007 survey will cover the following topics:

- use of the Directorate's services;
- satisfaction with services provided by the Directorate;
- future requirements for services provided by the Directorate; and
- interest in participating in different types of skills-building activities.

The quantitative survey will examine issues related to the quality and usefulness of advice, information sharing and knowledge transfer. It will include satisfaction measures of timeliness and accessibility, as well as performance measures of usefulness of program and service offerings, quality of information, and efficiency of service. Also to be assessed is the usefulness of POR publications, network meetings, information sessions and products, and the project management database.

The results will assist the Directorate in improving its services to departments and agencies—particularly by developing more educational initiatives, such as information exchange events.

Canada's Marketing Research Industry

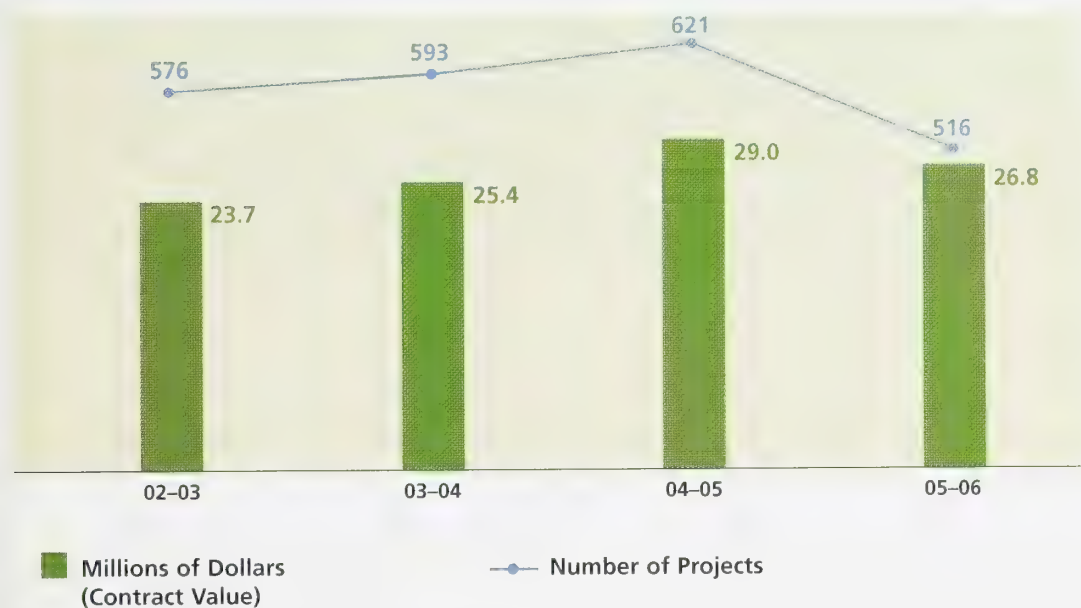
The marketing research industry in Canada accounts for close to \$750 million in marketing research activities annually, including \$27 million in 2005–2006 with the Government of Canada.

The Canada-wide **Marketing Research and Intelligence Association** counts among its members over 1,500 practitioners, small to large research houses, and private-sector buyers of research services. Its mission is to promote a positive environment in which the industry flourishes and the public benefits. Among its products and services are the following:

- rules of professional conduct and ethical practice for its members;
- professional designation for marketing researchers;
- the School of Marketing Research, featuring a full slate of courses on all aspects of research; and
- the Survey Registration System, which enables the public to verify the legitimacy of a survey, obtain information about the industry and register a complaint against a member of the Association.

Public Opinion Research in 2005–2006 in the Government of Canada

Total Projects Coordinated Through the Public Opinion Research Directorate



The dollar value of public opinion research (POR) coordinated through the Public Opinion Research Directorate in 2005–2006 was \$26.8 million, down from \$29 million the previous year. The 2005–2006 number of 516 projects was also lower than the

previous year, when 621 projects were undertaken. Federal government POR activities were lower in 2005–2006 as a result of the suspension of research activities during the federal electoral period.

Note: Projects contracted in a fiscal year may be carried out over more than one fiscal year.

Top Departments and Agencies for All Coordinated Public Opinion Research

Department/Agency	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
HEALTH CANADA (INCLUDING THE PUBLIC HEALTH AGENCY OF CANADA)	6,575	89
HUMAN RESOURCES AND SKILLS DEVELOPMENT CANADA*	3,029	49
NATURAL RESOURCES CANADA	1,586	37
CANADA REVENUE AGENCY	1,577	25
NATIONAL DEFENCE	1,094	17
FOREIGN AFFAIRS CANADA AND INTERNATIONAL TRADE CANADA†	1,018	13
INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS CANADA	1,001	18
PUBLIC SAFETY AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA	905	14
CANADIAN HERITAGE	815	21
TRANSPORT CANADA	803	17

With health care remaining a top public priority, Health Canada continued its investments last year and led all departments in the use of public opinion research. Health Canada's research activities include those of the Public Health Agency of Canada (PHAC); PHAC studies account for 17 of 89 projects having a total contract value of \$1,686,091. The value of contracts awarded on behalf of Health Canada accounted for 25 percent of the total contract value and 17 percent of the total projects for the Government of Canada in

2005–2006. Human Resources and Skills Development Canada* ranked second in value of contracts, as it had the previous year: the value of its 49 POR projects was almost half that of Health Canada's. Five departments and agencies had research requirements in the range of \$1 million to \$2 million in 2005–2006, compared with eight the previous year.

For highlights of the research undertaken by the largest users of public opinion research, see Chapter 4 (p. 18).

Notes

* On February 6, 2006, the Prime Minister announced that this department would be merged with Social Development Canada to create the new Human Resources and Social Development Canada.

† On February 6, 2006, the Prime Minister announced that these two departments would be merged.

Custom and Syndicated Research

Custom public opinion research is work commissioned for a specific department or agency. The commissioning organization holds the intellectual property rights to reports and other materials generated by the project; it makes these products available to other departments and the public through the Library of Parliament and Library and Archives Canada. Results of custom research required by the federal government are in the public domain and accessible to all Canadians. Custom research accounts for most of the POR work undertaken by the government.

Syndicated research studies are developed by marketing research firms, which make them available to paying subscribers in the private and public sectors. These off-the-shelf products often contain trend

information on various topics. The firms retain copyright and sole responsibility for managing the studies' content. Subscribers are usually prohibited from distributing the information to non-subscribing parties. Syndicated research can sometimes be the most cost-effective option for meeting departmental research needs because the research costs are shared among the subscribers.

In 2005–2006 the government issued contracts worth \$23.9 million for 395 projects in custom research; these accounted for approximately 89 percent of the total contract value of all public opinion research for the fiscal year. Contracts on syndicated studies amounted to \$2.9 million and involved 121 projects.

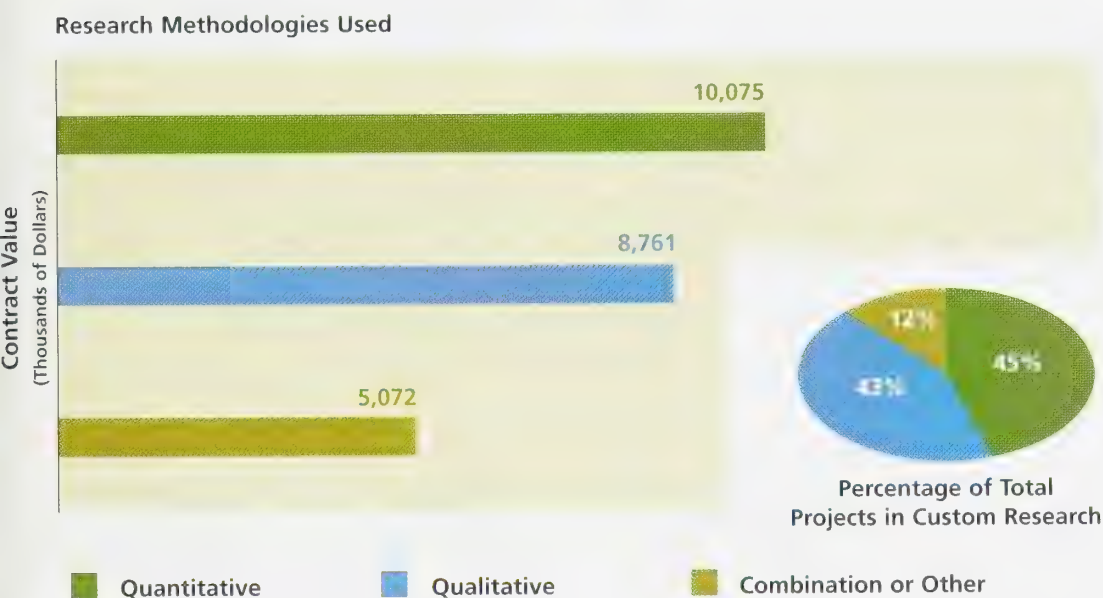
Type of Research as a Percentage of Total Contract Value of Coordinated Custom Research, 2003–2006



Policy Development and Program Evaluation again represented the largest segment of all custom research in the Government of Canada in 2005–2006, with 38 percent of the total contract value. In 2004–2005, this research accounted for 35 percent of all custom research. Advertising Initiatives (including advertising tracking and testing, as well as communications product testing) accounted for 21 percent, while Marketing

Research stood at 14 percent in 2005–2006 compared with 17 percent the previous year. Research contracted to measure the effectiveness of the Web decreased slightly to 9 percent. Quality of Service research also decreased from 18 percent in 2004–2005 to 11 percent this year. The shares of different types of research vary from year to year according to the varying needs of institutions.

Percentage and Total Contract Value of Projects Based on Research Methodology for Coordinated Custom Research, 2005–2006



Quantitative research is the collecting of information from some members of a population through structured techniques, with the aim of drawing conclusions for the total target population. Generally, surveys are based on random sampling. Forty-five percent of the custom research projects undertaken in the fiscal year fell into the category of quantitative research.

Qualitative research is the collecting of information from some members of a population through unstructured or semi-structured techniques, such as focus groups or interviews. A qualitative approach is typically used when the research needed is exploratory, in-depth or about very complex issues. The approach allows for looser discussion; in such cases,

this may be more effective at meeting research objectives than would an inflexible questionnaire with rigid response categories for each question. Since the research is exploratory, results cannot be projected to the general population. Forty-three percent of the custom research projects used this methodology.

Projects consisting of both quantitative and qualitative research, and those in the "Other" category (such as public opinion research design, including questionnaire design and analysis) accounted for the remaining 12 percent of custom research projects undertaken during the fiscal year.

Highlights Of Key Public Opinion Research Projects

For this report, the 10 departments and agencies that were most active in public opinion research were invited to present a brief overview of work conducted in the fiscal year. Their contributions follow.

Health Canada

With health care continuing to be a top public priority, Health Canada and the Public Health Agency of Canada made extensive use of public opinion research in 2005–2006 to inform and shape a wide range of activities for maintaining and improving the health of Canadians.

A large share of this research supported health promotion and disease prevention activities; included were surveys on diabetes, HIV/AIDS, perceptions of second-hand smoke, and alcohol use among youth. Emerging issues, such as reaction to avian flu and knowledge of pandemic influenza, were tracked to assess whether Canadians were well informed and prepared for a possible outbreak. Research also informed policy and regulatory decision making—for example, by tracking changes resulting from provincial smoking bans, testing health warning messages on cigarette packages and using a deliberative dialogue to help establish public health goals.

The health of First Nations and Inuit populations continues to be a key priority for the Department. Surveys were used to better understand such issues as fetal alcohol spectrum disorder, maternal and child health, and HIV/AIDS among Aboriginal populations.

During the year Health Canada used the unique capabilities of on-line research to support revisions to *Canada's Food Guide to Healthy Eating*. The Department was interested in what both stakeholders and the public thought about the proposed content for the revised food guide. It used internal databases to generate e-mail addresses for approximately 500 stakeholders from industry/trade, health professional groups, non-governmental organizations, universities and government. Along with these, public e-mail addresses were generated through a random telephone survey of 1,500 Canadians. The Department e-mailed both groups inviting them to participate in the survey, which was also accessible through the Health Canada Web site. For the on-line component of the study, it was able to display realistic mock-ups of the food guide on-screen for over 6,000 people from diverse target groups and regions. The detailed comments received on the content and graphics were used to develop a new guide tailored to meet the needs of all Canadians.

In addition to these research projects, the analysis unit within Health Canada's Public Opinion Research and Evaluation Division developed a series of best practice papers in 2005–2006. These examined and summarized key themes taken primarily from different research studies conducted by Health Canada. The papers presented lessons learned on writing effective messages, and on developing effective Web sites and print ads. They were shared with other departments.

The Department will continue to focus on pandemic preparedness, supporting the anti-tobacco and healthy living campaigns, and monitoring perceptions of the health care system.

Human Resources and Social Development Canada

On February 6, 2006, the Department of Human Resources and Skills Development was consolidated with Social Development Canada to create Human Resources and Social Development Canada (HRSDC). The new Department is responsible for providing Canadians with the tools they need to thrive and prosper in the workplace, helping to maintain the quality of life that Canadians expect.

In September 2005, the Department conducted a baseline survey of public attitudes toward HRSDC policy issues. The research provides policy and program branches with:

- a sense of public priorities for policy design;
- a public environment context in which to situate policy and program design options; and

- a tool for assessing areas of success in communications and public engagement, and areas that require further attention.

HRSDC also began research aimed at obtaining input into the design and communications messaging and materials for the Essential Skills and Workplace Literacy Initiative (ESWLI). The initiative's goal is to improve the skills levels of Canadians entering or already in the labour market. The first phase of research has found that there are growing numbers of workplace stakeholders who recognize the value of investing in workplace literacy and essential skills, but who fail to make the necessary investments. The second phase of research will evaluate new creative approaches and messages. The results of the research will be used to inform the development of a national communications strategy for ESWLI.

In fall 2005 the Department conducted qualitative research to obtain Canadians' reactions to advertising concepts developed with the aim of promoting Government of Canada guides on services for seniors and persons with disabilities. The research included focus groups consisting of participants with a wide range of disabilities, among them hearing and visual impairments.

Other studies included exploratory research on seniors and their life experiences, a survey of Canada Student Loan defaulters, and a survey of self-employed Canadians.

In 2006–2007 the Department is planning research on issues related to child care, skills development, learning, access to post-secondary education, and employment benefits and support measures.

Natural Resources Canada

In 2005–2006, Natural Resources Canada (NRCan) used a wide range of public opinion research to inform activities undertaken by the Department in its role as promoter of responsible development of natural resources, energy, minerals, metals, forests and earth sciences, and also in its role as a provider of on-line information to Canadians.

The research supported policy and program development, communications product evaluation, and Web site improvement. It included custom quantitative and qualitative research conducted for NRCan alone or in partnership with other government departments (e.g. Environment Canada), with a variety of audiences across Canada. Among other things, the Department used public opinion research to:

- inform key policy issues (e.g. energy supply and demand);
- track public attitudes toward the environment and climate change, energy efficiency, and energy conservation;
- better understand special target audiences (e.g. car drivers on fuel efficiency; Northern Canadians on resource development);
- help develop or enhance Web sites (e.g. science information for teachers; energy pricing information for consumers; information on sustainable forestry development and policies);

- obtain feedback on the needs and expectations of users and potential users of specialized information (e.g. the CanMOST energy-efficient motor selection software; geospatial data under GeoConnections); and
- measure client satisfaction (e.g. internal users of shared services).

The Department used focus group research to pre-test energy advertisements. It used the standard Government of Canada Advertising Campaign Evaluation Tool to post-test a print and radio campaign in spring 2005.

NRCan invested in subscription and syndicated research to enhance public environment analysis, and to allow cost-effective investigation:

- of the opinions of special audiences (e.g. business leaders across Canada);
- on horizontal subject matter (e.g. science and technology issues); and
- in large-scale comparative research (e.g. opinion on a wide range of environmental, security and development issues among Canadian, U.S. and Mexican populations).

The Department expects increased investment in public opinion research in the areas of client satisfaction measurement and service improvement. Research will also be a key tool supporting performance management for communications.

Canada Revenue Agency

In 2005–2006, most of the public opinion research investments of the Canada Revenue Agency (CRA) related to the programs and services offered by the Agency to the public. During the year the CRA launched its new Annual Corporate Survey, redesigned to provide a better understanding of what individual Canadians think about the CRA as a whole. The survey includes measures of the public mood to capture the broader context in which high-level opinions and attitudes about the CRA are formed. The 2005 survey provides the CRA with a new baseline from which to identify and track opinion trends over time.

The CRA also continued to evaluate the electronic services it makes available to individuals and businesses. To obtain a better understanding of individual preferences, the Agency conducted usability testing of current pages of the “My Account” section of its Web site. In addition, the CRA examined why a number of taxpayers register for “My Account” but do not complete the registration process. For the third consecutive year, the CRA surveyed users of its Web site. The study measured satisfaction with various aspects of the site, and explored the relationship between the Agency’s telephone and Internet service channels (e.g. whether taxpayers use both channels, when they do so and why). In 2006–2007, we expect to conduct further research on the needs of Canadian businesses regarding the CRA Web site.

During the year, the CRA also undertook research to update its understanding of the preferences of Canadian businesses. Research activities examined knowledge, awareness and preferences concerning e-services available to Canadian businesses. Other research examined the preferred modes of communication and interaction between the CRA and business. The data from this research were used in the development of program initiatives, as well as in the CRA’s advertising campaign.

Finally, the CRA initiated a number of research projects to be completed in 2006–2007. These include research to better understand the knowledge, motivations and attitudes of Canadians regarding participation in underground economy activities. Another series of projects relates to the CRA branding initiative, providing information on current perceptions of the “CRA brand.” The information will guide further research in 2006–2007, to be used in updating the CRA’s corporate communications materials and activities.

National Defence

The volume of public opinion research conducted by the Department of National Defence (DND) has grown for the third consecutive year, as a result of heightened interest in the security environment and the Canadian Forces' role in Afghanistan.

During 2005–2006 the Government announced the Defence Policy Statement, the international environment remained complex and there continued to be a need for accelerated transformation of the Forces. Given these factors, it was important to capture and track the views, perceptions and attitudes of Canadians toward the Forces. The Department conducted significant work to monitor the security environment.

DND worked together with other government organizations, such as Public Safety and Emergency Preparedness Canada, the Royal Canadian Mounted Police, the Canadian Security Intelligence Service, Citizenship and Immigration Canada, Justice Canada, Transport Canada, the Canada Border Services Agency, and Health Canada. In these partnerships, the Department used its leadership and expertise to assess the impact of global events on the concerns of Canadians. During the year DND subscribed to EKOS' *Security Monitor*, a cost-shared syndicated study; this provided many of the answers that shaped the Department's understanding of security issues.

The Department also focused on gaining an understanding of the perceptions of young Canadians about the labour market, particularly in terms of their expectations concerning a career in the Canadian Forces. Several market research projects on this topic assisted DND in developing a new recruitment advertising campaign. Substantial resources were allocated to pre-testing the advertising concept and the recruitment ads. The use of perception analyzers in the studies greatly facilitated DND's understanding of the issues and helped it address some of the inherent sensitivities involved in portraying the Forces' combat roles.

During the current fiscal year, several waves of quantitative research will be conducted to track the impact of the new recruitment advertising campaign. DND will continue to monitor the views of Canadians about security issues in general and the role of the Canadian Forces in particular. The findings will help inform policy and communications decisions.

Foreign Affairs and International Trade Canada

Foreign Affairs and International Trade Canada uses public opinion research to track Canadians' views, attitudes, opinions and values concerning international affairs, including on multilateral issues, defence, diplomacy and development. Public views on the relationship between Canada and the United States are monitored closely, especially on bilateral issues such as border security and trade. The Department conducts public opinion research to evaluate its on-line services, and it undertakes an annual study of youth and educators to examine attitudes toward international youth exchange programs. In 2005–2006, the Department also conducted a study to measure public satisfaction with the consular support it provides to Canadian travellers abroad.

An important research project this year was the fourth wave of the Departmental Communications Survey, which examined Canadian attitudes toward the world and Canada's place in it. The objectives were:

- to better understand the public environment for the Department's corporate communications planning;
- to understand levels of awareness about the Department;
- to measure departmental performance across a range of key indices; and
- to better understand how Canadians see the world.

By far the most important global issue for Canadians was the environment, followed distantly by world poverty, terrorism and war. The global environment was the main concern across every region of Canada.

The Americas took top spot as the most important region to Canada, after sharing this position with Africa since 2002. Africa was next in importance, followed by Europe and Asia. The United States was considered the most important country to Canada. China climbed in the rankings and closed the gap significantly with the United States in the ratings of the most important country to Canada, followed by Iraq, Great Britain and Haiti.

Canadians gave the Department strong approval for representing Canada and the Canadian people internationally. The Department received very high marks for its diplomatic efforts overseas, promoting peace and security, helping Canadian travellers in trouble while abroad, and promoting human rights internationally. While a slim majority believed that the Department does a good job of addressing world poverty, the performance was significantly lower on this indicator than on others.

Public support was very strong for closer diplomatic and trade ties with emerging countries, such as Brazil, India and China. Also strong was support for reforming the United Nations with the aim of making it easier to send peace-making forces to protect women and children in wartorn areas. There was public support as well for stronger diplomatic engagement with moderate Muslim countries and the cancellation of debt for developing countries.

Indian and Northern Affairs Canada

The Department of Indian and Northern Affairs (INAC) has a Public Opinion Research Unit within its Communications Branch. Over the past two fiscal years the unit has worked to increase the capacity and scope of its research program, while decreasing the overall costs. The unit conducts research among:

- First Nations people living on-reserve;
- First Nations, Inuit and Métis people living off-reserve; and
- Northerners.

The research is undertaken in conjunction with INAC programs and sectors to fit with their program and service needs. As well, increased consultation with regional offices and senior executives has ensured the efficiency and utility of research.

It is increasingly important to include groups that have been traditionally ignored or under-represented in public opinion research—for example, Northerners in remote communities, and First Nations, Inuit and Métis people living off-reserve. Conducting effective research in these communities is challenging for several reasons. Many of the communities that we attempt to reach are either remote or very difficult to contact through traditional means. An added layer of complexity is our need to demonstrate sensitivity and use channels that respect the communities and their leaders.

Quantitative research conducted with these key communities has traditionally been gathered through telephone surveys. This research method is, however, challenging when attempting to reach Aboriginal people living off-reserve, given the high proportion of them who do not have a fixed address or a landline telephone. To remedy this gap in our research, INAC has successfully employed in-person interviewing, coordinated with Friendship Centres for our off-reserve research and with community leaders in our Northern research.

The cost of conducting research using this more inclusive approach has inevitably increased. INAC's Public Opinion Research Unit has addressed this problem by conducting large-scale research projects using the cost-sharing model. This involves opening up our projects to other organizations, and allowing them to contribute content and share the overall cost. Our partners include Human Resources and Social Development Canada, Canadian Heritage, Environment Canada, and the Canadian Food Inspection Agency within the federal government, as well as provincial counterparts such as the Government of Quebec. Therefore, while the cost of public opinion research for the Department in the past year appears higher overall, INAC is actually spending much less for the research.

Using the cost-sharing model, INAC was able to undertake two large-scale projects in 2005–2006: a survey of First Nations, Inuit and Métis people living off-reserve; and an unprecedented survey of Aboriginal and non-Aboriginal Northerners. In addition, INAC has recently led projects examining key issue areas for

the first time. For example, one project examined the opinions and perceptions of First Nations people about water quality and housing on-reserve. As well, INAC is examining the perceptions of First Nations women and crisis workers about family violence on-reserve.

All public opinion research conducted by INAC is deposited through Public Works and Government Services Canada to Library and Archives Canada and the Library of Parliament, giving full access to the public, Members of Parliament and the Press. INAC also purchases various syndicated studies; these remain the property of the private research firms and therefore cannot be deposited or made publicly available. With the cooperation of suppliers, it has been possible to prepare an annual compendium of research called *The Landscape*. This very successful publication has allowed INAC to share results with key stakeholders and client groups across the country. *The Landscape* is available in both official languages on the INAC Web site at www.ainc-inac.gc.ca/pr/pub/lnd/lscp/index_e.html.

Public Safety and Emergency Preparedness Canada

In 2005-2006 Public Safety and Emergency Preparedness Canada (PSEPC) used public opinion research to inform policy-makers and program managers in a range of areas, such as communications, marketing and outreach, emergency management, national security, organized crime, and Aboriginal policing.

The Department is focused on creating a culture of preparedness for emergencies among Canadians. To support policy and marketing efforts on this topic, it conducted a telephone survey of 2,500 Canadians in November 2005. The survey examined levels of preparedness, and attitudes toward and knowledge of emergency preparedness. To complement the baseline survey, a qualitative focus group study in five cities across Canada explored emergency preparedness issues, including a draft emergency preparedness guide; this was publicly released during Emergency Preparedness Week, May 7-13, 2006.

The ongoing subscription to *The Security Monitor* has focused PSEPC's quantitative research on probing and tracking Canadian attitudes in the areas of emergency preparedness, national security and aboriginal policing.

In 2006-2007, Public Safety and Emergency Preparedness Canada plans to conduct public opinion research and consultations on its own and in collaboration with other governments, departments and private-sector organizations.

Follow-up research on emergency preparedness will help evaluate the impact of the Department's emergency preparedness social marketing campaign. In addition, seeking the public's perceptions, attitudes and behavioural intentions on specific emergency management issues, such as a pandemic, will help emergency planners to develop policies and programs that will meet expectations and be easier to implement.

The Department will also conduct public opinion research aimed at contributing to the effective management of Canada's national security. Possible areas of study include initiatives or processes to reduce security threats; border security measures; and collaboration with international governments, particularly the United States, on common security issues.

As the government continues its efforts to reduce crime and reform the criminal justice system, it will be useful to learn from Canadians their attitudes toward specific crime types, policing efforts, victim services, criminal penalties, offender reintegration programs and border integrity issues.

Finally, gaining the public's insights on what would constitute effective corrections will be useful in gauging any changes in attitude and support levels since the baseline study two years earlier.

Canadian Heritage

In 2005–2006 the Department of Canadian Heritage commissioned public opinion research that included two large-scale surveys of Canadians' attitudes and perceptions. One study dealt with Canada's official languages, and the other with the Canadian music and film industry. Both surveys were commissioned to provide comparisons with earlier findings and to help identify any new public opinion trends on these topics.

During the year Canadian Heritage subscribed to *Diversity in Canada*, a syndicated survey provided by Solutions Research Group (SRG). This is the first time that a Canadian public opinion research firm has launched a syndicated survey in multiple languages other than English and French, focusing on ethno-cultural communities. SRG consulted extensively with the Department, drawing on its expertise and knowledge of issues related to cultural diversity in Canada. After close to two years of design work by the firm, Canadian Heritage received access to a rich and unique database at lower cost—the result of partnerships built within the Department, with other government departments and by SRG itself.

The survey involved 3,000 telephone interviews of persons aged 15 and over in Toronto, Montréal and Vancouver, conducted between June and August 2005. Target groups and interview languages included:

- Chinese
(Cantonese, Mandarin, English)
- South Asian
(Punjabi, Hindi, Urdu, English)
- Black Canadians
(English, French)
- Hispanic
(Spanish, English, French)
- Italian
(English, French, Italian)
- West Asian/Arab Canadians
(English, French)

Combined, the target groups represented an estimated 4 million Canadians living in the three metropolises in 2005.

In 2006–2007 public opinion research will continue to be an important source of information for the Department, supporting policy research and program development, performance measurement for programs, and assessment of the performance of its Internet sites.

Transport Canada

Transport Canada's program of public opinion research has grown in recent years as the Department increasingly recognizes the importance and value of listening to Canadians.

In 2005–2006, work continued in the area of transportation safety and security with the completion of Wave V of *Public Perceptions of Flight Safety and the Security of Air Travel in Canada*. This annual survey provides key perceptual indicators on flight safety and the security of air travel in Canada. In the past year the Department also conducted a large national focus group study on a number of transportation issues pertaining to national security.

In addition, customized studies on public perceptions of speed management and electronic control devices were conducted during the year.

In 2005–2006, Transport Canada subscribed to a number of syndicated studies designed to track Canadians' views and values concerning government performance, broad policy issues, economic and social trends, road safety, and public security.

As input to the development of the Department's corporate strategic communications plan, a number of interview and focus group studies examined the views of managers and employees on communications issues.

Communications testing for educational, advertising and outreach campaigns was also part of the year's public opinion research program.

Finally, the year saw a number of evaluation and usability studies carried out in preparation for revisions to the Transport Canada Internet and Intranet sites, and the launching of a transportation portal.

Research Firms

Top Research Firms for All Coordinated Public Opinion Research

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	5,302	96
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,501	62
DECIMA RESEARCH	3,140	54
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2,457	44
IPSOS REID	1,810	57
CRÉATEC +	1,413	14
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1,034	27
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15

In 2005–2006 the Government of Canada used the services of 61 research firms to fulfill its public opinion research needs, for both custom research and syndicated studies. EKOS Research Associates was the most active research supplier to the Government of Canada in terms of number of projects (96) as well as contract

value (\$5.3 million). Environics Research Group was the second most active, with 62 projects and an approximate contract value of \$3.5 million. Eleven firms had 10 or more projects each.

For a complete listing of all the firms, see Appendix II (p. 35).

Top Research Firms for Coordinated Custom Research

Firm	Contract Value <small>(Thousands of dollars)</small>	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	4,118	58
DECIMA RESEARCH	3,135	53
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,000	40
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2,289	36
IPSOS REID	1,458	35
CRÉATEC +	1,413	14
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	990	23
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15

EKOS Research Associates had the most custom research projects (58) in 2005–2006, with the value of its contracts amounting to \$4.1 million. Second was Decima Research, which undertook 53 custom

research projects valued at \$3.1 million. In third place was Environics Research Group, with 40 custom research projects valued at \$3 million.

Top Research Firms for Coordinated Syndicated Studies

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	1,183
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	500
IPSOS REID	352
INSTITUTE FOR CITIZEN-CENTRED SERVICE	203
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	167
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	105
D-CODE	54
MCALLISTER OPINION RESEARCH	50
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	45
GLOBESCAN	42

Government departments and agencies subscribed to syndicated studies undertaken by 19 different research firms during 2005–2006. EKOS Research Associates' syndicated studies accounted for 41 percent of the total contract value of federal government subscriptions. EKOS' top syndicated studies included *The Security Monitor*, *Rethinking Government* and *Rethinking the Information Highway*.

Environics Research Group again ranked second during the fiscal year; its top studies included *Focus Canada* and *North of 60 and Remote Community Monitor*. Ipsos Reid was the third most active firm for syndicated studies in 2005–2006, with contributions including *Trend Report* and *Reconnecting Government With Youth*.

For a thematic overview of syndicated studies, see Appendix III (p. 38).

For More Information

This report provides an overview of public opinion research activities in the Government of Canada during the fiscal year 2005–2006.

If you have any comments or questions, please contact us:

Public Opinion Research Directorate

Government Information Services Branch
Public Works and Government Services Canada
155 Queen Street, 5th Floor
Ottawa, Ontario
K1A 0S5

T 613-943-5130

F 613-947-1818

E-mail por-rop@pwgsc.gc.ca

Appendices



Appendix One

Complete Listing of Departments and Agencies Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006

Department/Agency	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
HEALTH CANADA (INCLUDING THE PUBLIC HEALTH AGENCY OF CANADA)	6,575	89
HUMAN RESOURCES AND SKILLS DEVELOPMENT CANADA*	3,029	49
NATURAL RESOURCES CANADA	1,586	37
CANADA REVENUE AGENCY	1,577	25
NATIONAL DEFENCE	1,094	17
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA†	1,018	13
INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS CANADA	1,001	18
PUBLIC SAFETY AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA	905	14
CANADIAN HERITAGE	815	21
TRANSPORT CANADA	803	17
FINANCE CANADA	798	12
PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA	791	21
INDUSTRY CANADA	771	21
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	709	10
ENVIRONMENT CANADA	673	14
SOCIAL DEVELOPMENT CANADA*	578	11
PRIVY COUNCIL OFFICE	435	16
CITIZENSHIP AND IMMIGRATION CANADA	364	7
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	338	7
ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE	299	5
FISHERIES AND OCEANS CANADA	292	6
CANADA BORDER SERVICES AGENCY	237	6

Complete Listing of Departments and Agencies Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006 (Continued)

Department/Agency	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
PARKS CANADA	226	9
JUSTICE CANADA, DEPARTMENT OF	187	7
CANADIAN INTERNATIONAL DEVELOPMENT AGENCY	175	6
NATIONAL RESEARCH COUNCIL CANADA	155	2
VETERANS AFFAIRS CANADA	145	5
CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY	138	7
OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES	130	3
PASSPORT CANADA	120	1
ATLANTIC CANADA OPPORTUNITIES AGENCY	117	10
LIBRARY AND ARCHIVES CANADA	114	3
STATISTICS CANADA	107	5
CORRECTIONAL SERVICE CANADA	94	2
PUBLIC SERVICE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AGENCY OF CANADA	83	2
CANADIAN SPACE AGENCY	78	2
WESTERN ECONOMIC DIVERSIFICATION CANADA	49	3
FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA	44	3
CANADIAN SECURITY INTELLIGENCE SERVICE	43	3
CANADIAN RADIO-TELEVISION AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION	40	2
OFFICE OF THE PRIVACY COMMISSIONER OF CANADA	38	1
SECURITY INTELLIGENCE REVIEW COMMITTEE	30	1
CANADIAN NUCLEAR SAFETY COMMISSION	25	1
PUBLIC SERVICE LABOUR RELATIONS BOARD	13	1
CANADIAN HUMAN RIGHTS COMMISSION	8	1

Notes

* On February 6, 2006, the Prime Minister announced that Human Resources and Skills Development Canada would be merged with Social Development Canada to create the new Human Resources and Social Development Canada.

† On February 6, 2006, the Prime Minister announced that these two departments would be merged.

Appendix Two

Complete Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	5,302	96
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,501	62
DECIMA RESEARCH	3,140	54
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2,457	44
IPSOS REID	1,810	57
CRÉATEC +	1,413	14
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1,034	27
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15
MILLWARD BROWN GOLDFARB	871	9
TNS CANADIAN FACTS	623	12
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	561	8
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	373	3
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	313	2
DATA PATH SYSTEMS	251	1
WESTERN OPINION RESEARCH	248	4
GPC INTERNATIONAL	207	8
INSTITUTE FOR CITIZEN-CENTRED SERVICE	203	5
POLLARA	183	3

Complete Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006 (Continued)

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
ALDERSON-GILL AND ASSOCIATES CONSULTING	117	1
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	112	4
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	79	4
D-CODE	78	2
DECISION PARTNERS	78	1
MCALLISTER OPINION RESEARCH	50	3
LÉGER MARKETING	46	3
CIRCUM NETWORK	46	2
GLOBESCAN	42	4
INTERVISTAS CONSULTING	37	1
TRAFFIC INJURY RESEARCH FOUNDATION OF CANADA	32	1
THE ANTIMA GROUP	27	1
FLEISHMAN-HILLARD CANADA	26	3
CONSULTANT PRAXIS	25	1
DELTA MEDIA	25	1
MARITZ RESEARCH	25	1
SCL (SUPPLY CHAIN & LOGISTICS CANADA)	25	1
THE PRAXIS GROUP	25	1
BRENDAN BUCHANAN	24	1
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	23	1
YOUTHOGRAPHY	22	1

Complete Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2005–2006 (Continued)

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
DUXBURY, DR. LINDA	21	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	21	1
CRIC (CENTRE FOR RESEARCH AND INFORMATION ON CANADA)	19	1
CATA (CANADIAN ADVANCED TECHNOLOGY ALLIANCE)	19	1
DESROSIER AUTOMOTIVE CONSULTANTS	18	1
CENTRALE RENCON CENTRAL	17	1
LBC CONSULTING SERVICES	16	1
BRISTOL GROUP	16	1
OUTCROP NUNAVUT	16	1
SQM GROUP	16	1
CLAROS RESEARCH CORPORATION	16	1
VISION RESEARCH	16	1
THE CONFERENCE BOARD OF CANADA	15	1
SOM INC.	13	1
REDFERN RESEARCH	11	1
RÉJEAN PELLETIER	11	1
GMI	11	1
SINTERRA	10	1
DESIJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE	6	1
CLEAR PICTURE CORPORATION	1	1

Appendix Three

Thematic Overview of Syndicated Studies, 2005–2006

The Government of Canada subscribed to various syndicated studies that dealt with a range of issues. Below is a thematic overview of these studies.

National Public Opinion Overviews

3SC (CROP)

Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II
(D-Code)

Focus Canada, 2005
(Environics Research Group)

Focus 50+ Monitor
(Environics Research Group)

Government Service and Satisfaction
(Ipsos Reid)

Canadian Environmental Monitor
(GlobeScan)

Rethinking Citizen Engagement
(EKOS Research Associates)

Rethinking Government
(EKOS Research Associates)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos Reid)

The Environmental Monitor
(McAllister Opinion Research)

Canadian SME Report
(Corporate Research Associates)

Regional Reports

Options for Western Canada (Ipsos Reid)

Atlantic Omnibus Report
(Corporate Research Associates)

North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)

Saskatchewan First Nations High School
Student Survey (Western Opinion Research)

CROP-Express (CROP)

Focus Ontario (Environics Research Group)

Trend Report: British Columbia (Ipsos Reid)

International Issues

Corporate Social Responsibility Monitor
(GlobeScan)

Rethinking North America: The Road Ahead
(EKOS Research Associates)

Rethinking Work: Understanding the New
North American Workforce and Workplace
(EKOS Research Associates)

Rethinking Energy and Sustainable
Development (EKOS Research Associates)

Anholt-GMI Nation Brands Index (GMI)

Security, Canada and a Changing World:
The New Public Outlook
(EKOS Research Associates)

Health Issues

Canadians' Reaction to Avian Flu
(Ipsos Reid)

Health Insider
(IBM Business Consulting Services)

Canadians and Drinking Water (Ipsos Reid)

**High Technology, Innovation
and Internet**

The Canadian Inter@ctive Reid Report
(Ipsos Reid)

Rethinking the Information Highway
(EKOS Research Associates)

*Answering the Call: Improving the
Telephone Channel for Canadians*
(Institute for Citizen-Centred Service)

Society

First Nations People On-Reserve
(EKOS Research Associates)

Rethinking Science and Society
(EKOS Research Associates)

Reconnecting Government With Youth
(Ipsos Reid)

2005 Portrait of Canadian Leisure Travellers
(InterVISTAS Consulting)

GPC Young Canada Survey
(GPC International)

Security

The Security Monitor
(EKOS Research Associates)

Road Safety Monitor (Traffic Injury
Research Foundation of Canada)

*Security, Canada and a Changing World:
The New Public Outlook*
(EKOS Research Associates)

Business/Economic Issues

Business in the North (Fleishman-Hillard)

Corporate Connection
(Phoenix Strategic Perspectives)

2005 Small Business Trends: Financial Services
(Ipsos Reid)

Taking Care of Business 2
(Institute for Citizen-Centred Service)

Marketing/Communications

Diversity in Canada
(Solutions Research Group)

*Public Opinion and Ottawa: Canadians
Appraise Federal Government One Year Later*
(Decima Research)

Appendix Four

Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

The Communication Procurement Directorate of Public Works and Government Services Canada, in collaboration with the Public Opinion Research Directorate, has established a series of contracting tools in support of national public opinion research requirements. These will be in effect until May 12, 2007. The tools were established using a competitive process.

Standing Offers 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Ekos Research Associates
- Environics Research Group
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- Sage Research
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research

Series B—Quantitative Research

- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Ekos Research Associates
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Ekos Research Associates
- Environics Research Group
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Supply Arrangements 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Ekos Research Associates
- Environics Research Group
- Goldfarb Intelligence Marketing
- GPC Canada
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants
- Phase 5 Consulting Groups
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- R.A. Malatest & Associates
- Sage Research
- The Earnscliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Vision Research
- Western Opinion Research

Series B—Quantitative Research

- Cogem Recherche
- Compas
- Corporate Research Associates
- Corum Research
- Decima Research
- Ekos Research Associates
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid Corporation
- Jolicoeur & Associés
- Léger Marketing
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Groups
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- R.A. Malatest & Associates
- SES Canada Research
- Stratégie Organisation et Méthode (SOM)
- The Earnscliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Ekos Research Associates
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Groups
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- R.A. Malatest & Associates
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Standing Offers, 2004–2007

Standing offers can be used for projects not exceeding \$200,000 (GST/HST included). These contracting tools enable departments and agencies to obtain POR services in an efficient and effective manner with qualified research firms, at predetermined prices, terms and conditions. They are to be used primarily for straightforward or time-sensitive research projects.

Supply Arrangements, 2004–2007

Supply arrangements allow for competitions among all suppliers for projects not exceeding \$400,000 (GST/HST included). These tools are to be used primarily for complex projects requiring customized research approaches.

To review Standing Offers and/or Supply Arrangement documents, go to the Business Access Canada Web site:
<http://contractscanada.gc.ca>

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Centre de recherche Décima
- Corporate Research Associates
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid
- Les Associés de recherche EKOS
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- R.A. Malatest & Associates
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Offres à commandes de 2004 à 2007
On peut employer les offres à commandes pour des projets ne dépassant pas 200 000 \$ (TPS et TVH comprises). Ces outils de passation des marchés permettent aux ministères et aux organismes d'obtenir des services de ROP de façon efficace et efficiente auprès de sociétés de recherche qualifiées, et ce, à des prix et des conditions générales prédéterminés. On s'en sert principalement pour réaliser des projets simples ou des projets dont le délai de livraison est critique.

Arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007
Les arrangements en matière d'approvisionnement favorisent la concurrence entre tous les fournisseurs quand il s'agit de projets de dépassant pas 400 000 \$ (TPS et TVH comprises). Ces outils servent principalement en cas de projets complexes exigeant des approches de recherche personnalisée.

Pour consulter des documents sur les offres à commandes ou les arrangements en matière d'approvisionnement, rendez-vous sur le site Web d'Accès entreprises Canada à l'adresse suivante : <http://contratscanada.gc.ca>.

Arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

Série A – Recherche qualitative

Centre de recherche Décima	☐
Corporate Research Associates	☐
Environics Research Group	☐
Goldfarb Intelligence Marketing	☐
GPC Canada	☐
Ipsos Reid	☐
Les Associations de recherche EKOS	☐
Les Études de Marché Créatec +	☐
Millward Brown Goldfarb	☐
Patterson, Langlois Consultants	☐
Phase 5 Groupe d'experts-conseils	☐
Phoenix Strategic Perspectives	☐
Pollara	☐
R.A. Malatest & Associates	☐
Sage Research	☐
The Earncliffe Strategy Group	☐
The Strategic Counsel	☐
TNS Canadian Facts	☐
Vision Research	☐
Western Opinion Research	☐

Série B – Recherche quantitative

Centre de recherche Décima	☐
Cogem Recherche	☐
Compas	☐
Corporate Research Associates	☐
Corum Recherche	☐
Environics Research Group	☐
GPC Canada	☐
Ipsos Reid	☐
Jolicœur & Associés	☐
Léger Marketing	☐
Les Associations de recherche EKOS	☐
Les Études de Marché Créatec +	☐
Millward Brown Goldfarb	☐
Phase 5 Groupe d'experts-conseils	☐
Phoenix Strategic Perspectives	☐
Pollara	☐
R.A. Malatest & Associates	☐
SES Canada Research	☐
Stratégie Organisation et Méthode (SOM)	☐
The Earncliffe Strategy Group	☐
The Strategic Counsel	☐
TNS Canadian Facts	☐

Offres à commandes et arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

La Direction de l'approvisionnement en communication de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, en collaboration avec la Direction de la recherche en opinion publique, a établi une série d'outils de passation des marchés pour répondre aux besoins en recherche nationale sur l'opinion publique, lesquels seront valides jusqu'au 12 mai 2007. Ces outils ont été établis à l'aide d'un processus concurrentiel.

Offres à commandes de 2004 à 2007

Série A – Recherche qualitative

- Centre de recherche Décima
- Corporate Research Associates
- Environics Research Group
- Ipsos Reid
- Les Associés de recherche EKOS
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- Sage Research
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Centre de recherche Décima
- Corporate Research Associates
- Environics Research Group
- Ipsos Reid
- Les Associés de recherche EKOS
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Série B – Recherche quantitative

- Centre de recherche Décima
- Corporate Research Associates
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid
- Les Associés de recherche EKOS
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Enjeux relatifs à la santé

Sécurité

- Canadians' Reaction to Avian Flu (Ipsos Reid)
- Health Insider (IBM Business Consulting Services)
- Canadians and Drinking Water (Ipsos Reid)
- Haute technologie, innovation et Internet
- The Canadian Inter@ctive Reid Report (Ipsos Reid)
- Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche EKOS)
- Answering the Call: Improving the Telephone Channel for Canadians (L'Institut des services axés sur les citoyens)

Affaires et questions d'ordre économique

- Business in the North (Fleishman-Hillard)
- Corporate Connection (Phoenix Strategic Perspectives)
- 2005 Small Business Trends: Financial Services (Ipsos Reid)
- Taking Care of Business 2 (L'Institut des services axés sur les citoyens)
- Premières nations vivant dans les réserves (Les Associés de recherche EKOS)
- Rethinking Science and Society (Les Associés de recherche EKOS)
- (Les Associés de recherche EKOS)
- Reconnecting Government With Youth (Ipsos Reid)
- 2005 Portrait of Canadian Leisure Travellers (InterVISTAS Consulting)
- GPC Young Canada Survey (GPC International)
- Marketing et communications
- Diversity in Canada (Solutions Research Group)
- Public Opinion and Ottawa: Canadians Appraise Federal Government One Year Later (Centre de recherche Décima)

Aperçu thématique des études multiclientes en 2005-2006

Le gouvernement du Canada s'est abonné à diverses études multiclientes portant sur une gamme de questions. Une liste de ces études se trouve ci-dessous. Elles sont regroupées par thème.

Aperçus de l'opinion publique nationale

35C (CROP)

Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II (D-Code)

Focus Canada, 2005

(Environics Research Group)

Focus 50+ Monitor

(Environics Research Group)

Government Service and Satisfaction

(Ipsos Reid)

Canadian Environmental Monitor

(GlobeScan)

Rethinking Citizen Engagement

(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Government

(Les Associés de recherche EKOS)

The Ipsos Trend Report Canada

(Ipsos Reid)

The Environmental Monitor

(McAllister Opinion Research)

Canadian SME Report

(Corporate Research Associates)

Rapports régionaux

Options for Western Canada

(Ipsos Reid)

Atlantic Omnibus Report

(Corporate Research Associates)

North of 60 and Remote Community Monitor

(Environics Research Group)

Saskatchewan First Nations High School

Student Survey

(Western Opinion Research)

CROP-Express

(CROP)

Focus Ontario

(Environics Research Group)

Trend Report: British Columbia

(Ipsos Reid)

Enjeux internationaux

Corporate Social Responsibility Monitor

(GlobeScan)

Rethinking North America: The Road Ahead

(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Work: Understanding the New

North American Workforce and Workplace

(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Energy and

Sustainable Development

(Les Associés de recherche EKOS)

Anholt-GMI Nation Brands Index

(GMI)

Security, Canada and a Changing World:

The New Public Outlook

(Les Associés de recherche EKOS)

Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006 (suite)

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
DUXBURY, DR. LINDA	21	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	21	1
CRIC (CENTRE DE RECHERCHE ET D'INFORMATION SUR LE CANADA)	19	1
CATA (CANADIAN ADVANCED TECHNOLOGY ALLIANCE)	19	1
DESROSIERES AUTOMOTIVE CONSULTANTS	18	1
CENTRALE RENCON CENTRAL	17	1
LBC CONSULTING SERVICES	16	1
BRISTOL GROUP	16	1
OUTCROP NUNAVUT	16	1
SQM GROUP	16	1
CLAROS RESEARCH CORPORATION	16	1
VISION RESEARCH	16	1
LE CONFERENCE BOARD DU CANADA	15	1
SOM INC.	13	1
REDFERN RESEARCH	11	1
RÉJEAN PELLETIER	11	1
GMI	11	1
SINTERRA	10	1
DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE	6	1
CLEAR PICTURE CORPORATION	1	1

Société **Valeur du marché** **Nombre de projets**

(en milliers de dollars)

ALDERSON-GILL AND ASSOCIATES CONSULTING	117	1
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	112	4
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	79	4
D-CODE	78	2
DECISION PARTNERS	78	1
MCALLISTER OPINION RESEARCH	50	3
LÉGER MARKETING	46	3
RÉSEAU CIRCUM	46	2
GLOBESCAN	42	4
INTERVISTAS CONSULTING	37	1
FONDATION DE RECHERCHES SUR LES BLESSURES DE LA ROUTE AU CANADA	32	1
LE GROUPE ANTIMA	27	1
FLEISHMAN-HILLARD CANADA	26	3
CONSULTANT PRAXIS	25	1
DELTA MEDIA	25	1
MARITZ RESEARCH	25	1
CAL (CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET LOGISTIQUE CANADA)	25	1
THE PRAXIS GROUP	25	1
BRENDAN BUCHANAN	24	1
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	23	1
YOUTHOGRAHY	22	1

Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	5 302	96
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 501	62
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	3 140	54
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 457	44
IPSOS REID	1 810	57
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 413	14
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1 034	27
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15
MILLWARD BROWN GOLDFARB	871	9
TNS CANADIAN FACTS	623	12
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	561	8
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	373	3
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	313	2
DATAPATH SYSTEMS	251	1
WESTERN OPINION RESEARCH	248	4
GPC INTERNATIONAL	207	8
L'INSTITUT DES SERVICES AXÉS SUR LES CITOYENS	203	5
POLLARA	183	3

Ministère ou organisme

Valeur du marché

Nombre de projets

(en milliers de dollars)

PARCS CANADA	226	9
JUSTICE CANADA, MINISTÈRE DE LA	187	7
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	175	6
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA	155	2
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	145	5
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	138	7
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	130	3
PASSEPORT CANADA	120	1
AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	117	10
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA	114	3
STATISTIQUE CANADA	107	5
SERVICE CORRECTIONNEL DU CANADA	94	2
AGENCE DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	83	2
DE LA FONCTION PUBLIQUE DU CANADA		
AGENCE SPATIALE CANADIENNE	78	2
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	49	3
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	44	3
SERVICE CANADIEN DU RENSEIGNEMENT DE SÉCURITÉ	43	3
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	40	2
COMMISSARIAT À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA	38	1
COMITÉ DE SURVEILLANCE DES ACTIVITÉS DE RENSEIGNEMENT DE SÉCURITÉ	30	1
COMMISSION CANADIENNE DE SÛRETÉ NUCLÉAIRE	25	1
COMMISSION DES RELATIONS DE TRAVAIL DANS LA FONCTION PUBLIQUE	13	1
COMMISSION CANADIENNE DES DROITS DE LA PERSONNE	8	1

Notes

* Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que Ressources humaines et Développement des compétences Canada fusionnerait avec Développement social Canada pour créer le nouveau Ressources humaines et Développement social Canada.

† Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que ces deux ministères fusionneraient.

Liste complète des ministères et organismes pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006

Ministère ou organisme

Valeur du marché

Nombre de projets

(en milliers de dollars)

SANTÉ CANADA (Y COMPRIS L'AGENCE DE SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA)	6 575	89
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA*	3 029	49
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 586	37
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 577	25
DÉFENSE NATIONALE	1 094	17
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA†	1 018	13
AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	1 001	18
SÉCURITÉ PUBLIQUE ET PROTECTION CIVILE CANADA	905	14
PATRIMOINE CANADIEN	815	21
TRANSPORTS CANADA	803	17
FINANCES CANADA	798	12
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	791	21
INDUSTRIE CANADA	771	21
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	709	10
ENVIRONNEMENT CANADA	673	14
DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA*	578	11
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	435	16
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	364	7
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	338	7
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	299	5
PÊCHES ET OCÉANS CANADA	292	6
AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA	237	6

Annexes



Pour de plus amples renseignements

Le présent rapport donne un aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada durant l'exercice financier 2005-2006. Si vous avez des commentaires ou des questions, veuillez communiquer avec nous à l'adresse suivante :

Direction de la recherche en opinion publique

Direction générale des services d'information du gouvernement
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
155, rue Queen, 5^e étage
Ottawa (Ontario)
K1A 0S5

Téléphone : 613-943-5130

Télécopieur : 613-947-1818

Courrier électronique : por-rop@tpsgc.gc.ca

Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multiclientes

Société

Valeur du marché

(en milliers de dollars)

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	1 183
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	500
IPSOS REID	352
L'INSTITUT DES SERVICES AXÉS SUR LES CITOYENS	203
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	167
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	105
D-CODE	54
McALLISTER OPINION RESEARCH	50
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	45
GLOBESCAN	42

En 2005-2006, les ministères et les organismes du gouvernement se sont abonnés à des études multiclientes entreprises par 19 sociétés de recherche différentes. Les études multiclientes des Associés de recherche EKOS représentaient 41 % de la valeur totale du marché des abonnements de l'administration fédérale. Les principales études multiclientes d'EKOS comprenaient *The Security Monitor*, *Rethinking Government* et *Rethinking the Information Highway*.

Environics Research Group se classait à nouveau au deuxième rang durant l'exercice financier, ses principales études étant les suivantes : *Focus Canada* et *North of 60 and Remote Community Monitor*. Les études ayant pour titre *Trend Report* et *Rebrancher le gouvernement avec les jeunes* plaçaient Ipsos Reid au troisième rang des sociétés les plus actives ayant produit des études multiclientes en 2005-2006.

Pour un aperçu thématique des études multiclientes, veuillez consulter l'annexe III (p. 38).

Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 118	58
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	3 135	53
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 000	40
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 289	36
IPROS REID	1 458	35
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 413	14
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	990	23
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15

Les Associés de recherche EKOS comp-
 taient le plus grand nombre de projets de
 recherche personnalisée (58) en 2005-2006,
 la valeur des marchés attribués à cette
 entreprise totalisant 4,1 millions de dollars.
 Le Centre de recherche Décima se classait
 au deuxième rang, ayant entrepris

53 projets de recherche personnalisée dont
 la valeur atteignait 3,1 millions de dollars.
 Environics Research Group occupait le
 troisième rang avec 40 projets de recherche
 personnalisée évalués à 3 millions de dollars.

Sociétés de recherche

Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique

Société Valeur du marché (en milliers de dollars) Nombre de projets

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	5 302	96
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 501	62
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	3 140	54
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 457	44
IPSOS REID	1 810	57
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 413	14
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1 034	27
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15

En 2005-2006, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 61 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique, que ce soit en recherche personnalisée ou en études multilatérales. Le gouvernement fédéral considérait Les Associés de recherche EKOS comme le fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du

nombre de projets (96) et de la valeur du marché (5,3 millions de dollars). Environics Research Group s'est classé au deuxième rang avec 62 projets et une valeur approximative du marché de 3,5 millions de dollars. Onze sociétés avaient mené dix projets ou plus chacune. Pour une liste complète des sociétés, veuillez consulter l'annexe II (p. 35).

Le sondage était basé sur 3 000 interviews téléphoniques, faites entre juin et août 2005, avec des personnes âgées de 15 ans et plus à Toronto, Montréal et Vancouver. Les groupes cibles et les langues dans lesquelles les interviews ont eu lieu comprennent :

- les Chinois (cantonais, mandarin, anglais);

- les Asiatiques du Sud (punjabi, hindi, urdu, anglais);

- les Canadiens noirs (français, anglais);

- les Hispaniques

- (espagnol, français, anglais);

- les Italiens (français, anglais, italien);

- les Canadiens originaires d'Asie

- occidentale/les Canadiens d'origine

- arabe (français, anglais).

Les groupes cibles combinés

représentaient environ 4 millions de

Canadiens et de Canadiennes vivant

dans les trois métropoles en 2005.

En 2006-2007, la recherche sur l'opinion

publique demeurera une importante source

d'information pour le Ministère, appuyant

la recherche stratégique et l'élaboration de

programmes, la mesure du rendement de

ses sites Web.

Transports Canada

Le programme de recherche sur l'opinion publique de Transports Canada a pris de l'ampleur ces dernières années, alors que le Ministère reconnaît de plus en plus l'importance et la valeur d'être à l'écoute des Canadiens et des Canadiennes.

En 2005-2006, le Ministère a poursuivi son travail dans le domaine de la sécurité et de la sûreté des transports en terminant la Vague V du Sondage sur les perceptions et les attitudes des Canadiens touchant la sécurité et la sûreté du transport aérien en général au Canada. Ce sondage annuel fournit d'importants indicateurs de perceptions sur la sécurité aérienne et la sûreté des voyages aériens au Canada. L'année dernière, le Ministère a également mené une étude nationale d'envergure auprès d'un groupe cible sur plusieurs questions de transport se rapportant à la sécurité nationale.

Le Ministère a également fait, au cours de l'année, des études personnalisées sur la manière dont le public percevait la gestion de la vitesse et les appareils de commande électronique.

En 2005-2006, Transports Canada

s'est abonné à plusieurs études multichan-

nelles et des valeurs des Canadiens et des

Canadiennes au sujet du rendement du

gouvernement, des grands enjeux politiques,

des tendances économiques et sociales, de

la sécurité routière et de la sécurité publique.

À titre de contribution au développement

ment du plan de communications

stratégiques du Ministère, plusieurs

interviews et études menées auprès de

groupes cibles portaient sur les points de

vue des gestionnaires et du personnel sur

les questions de communications.

Les essais relatifs aux communications

dans le cadre des campagnes de sensibil-

sation, de publicité et de rayonnement

faisaient aussi partie du programme de

recherche en opinion publique de l'année.

Enfin, on a réalisé un certain nombre

d'études d'évaluation et de convivialité

en préparation aux révisions qui seraient

apportées aux sites Internet et intranet

de Transports Canada et au lancement

du portail sur les transports.

La recherche de suivi sur la protection civile aidera à évaluer l'incidence de la campagne de marketing social du Ministère. En outre, chercher à connaître les impressions du public, ses attitudes et ses intentions comportementales sur des questions spécifiques de gestion des urgences, comme une pandémie, permettront de guider les planificateurs et les planificatrices d'urgence dans l'élaboration de politiques et de programmes qui sauront répondre aux attentes et seront plus faciles à appliquer. Le Ministère fera aussi de la recherche sur l'opinion publique visant à contribuer à la gestion efficace de la sécurité nationale canadienne. Les domaines possibles d'étude comprennent les initiatives ou les processus en vue de réduire les menaces communes à la sécurité; le travail se rapportant au renseignement de sécurité au niveau national et international; les mesures de sécurité à la frontière; et la collaboration avec les gouvernements étrangers, en particulier les États-Unis, sur les questions communes de sécurité.

Alors que le gouvernement poursuit ses efforts pour réduire la criminalité et réformer le système de justice pénale, il sera utile de découvrir quelles attitudes adoptent les Canadiens et les Canadiennes envers divers types de crimes, les efforts de maintien de l'ordre, les services d'aide aux victimes, les sanctions pénales, les programmes de réinsertion sociale des délinquants et les questions d'intégrité des frontières.

Et enfin, comprendre les vues du public sur ce qui constituerait des correctifs efficaces sera utile pour jauger tout changement d'attitude et tout niveau d'appui depuis l'étude préliminaire datant de deux ans.

En 2005-2006, le ministère du Patrimoine canadien commandait de la recherche sur l'opinion publique qui comprenait deux sondages à grande échelle sur les attitudes et les impressions des Canadiens et des Canadiennes. Une étude avait pour objet les langues officielles du Canada et l'autre les industries canadiennes de la musique et du cinéma. Les deux études étaient conçues pour fournir des comparaisons avec des conclusions antérieures et pour aider à cibler toute nouvelle tendance de l'opinion publique sur ces sujets.

Au cours de l'année, Patrimoine canadien s'est abonné à *Diversity in Canada*, une étude multilingue fournie par Solutions Research Group (SRG). C'était la première fois qu'une société canadienne de recherche sur l'opinion publique lançait une étude multilingue en plusieurs langues, autres que le français et l'anglais, et ciblait les communautés ethnoculturelles. SRG a tenu de longues consultations avec le Ministère, tirant parti de son expertise et de ses connaissances des questions reliées à la diversité culturelle au Canada. Après pratiquement deux ans de travail de conception de la part de SRG, Patrimoine canadien a accès à une base de données riche et unique à faible coût, qui résulte des partenariats établis au sein du Ministère, avec d'autres ministères du gouvernement et par SRG elle-même.

Sécurité publique et Protection civile Canada

En raison des efforts de recherche sur l'opinion publique qu'il a faits en 2005-2006, Sécurité publique et Protection civile Canada (SPPC) a transmis des renseignements aux décideurs et aux programmes dans des domaines comme les communications, le marketing et la gestion des urgences, la sécurité nationale, le crime organisé et les services de police autochtones.

Le Ministère met l'accent sur la création d'une culture de la « protection civile » pour faire face aux urgences susceptibles de survenir chez les Canadiens et les Canadiennes. Pour soutenir ses efforts au chapitre de la politique et du marketing, un sondage téléphonique réalisé auprès de 2 500 personnes en novembre 2005 a permis d'analyser leur degré de préparation et leur attitude en cas d'urgence ainsi que leurs connaissances de la protection civile. Pour compléter l'enquête initiale, une étude qualitative auprès de groupes de consultation menée dans cinq villes canadiennes a permis d'explorer des questions de protection civile. Parmi ces questions figurait une ébauche de guide de protection civile; le guide a été rendu public durant la Semaine de la protection civile, du 7 au 13 mai 2006.

L'abonnement permanent de SPPCC à l'étude intitulée *The Security Monitor* a orienté sa recherche quantitative vers l'approfondissement et le suivi des attitudes des Canadiens et des Canadiennes dans les domaines de la protection civile, de la sécurité nationale et des services de police autochtones.

Au cours de l'exercice 2006-2007, SPPCC prévoit effectuer de la recherche sur l'opinion publique et des consultations de son propre chef et en collaboration avec d'autres gouvernements, ministères et organismes du secteur privé.

portant sur des domaines clés. Par exemple, un projet traitait des opinions et des impressions des membres des Premières nations envers la qualité de l'eau et le logement dans les réserves. Le MAINC se penche aussi sur les perceptions des femmes des Premières nations et des travailleurs et des travailleuses à l'intervention d'urgence en matière de violence familiale dans les réserves.

Toute la recherche sur l'opinion publique exécutée par le MAINC est déposée à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. Le public, les députés et les journalistes y ont pleinement accès. Le MAINC achète également diverses études multilingues, les sociétés de recherche privées en demeurent propriétaires, ce qui explique qu'elles ne sont pas déposées ni mises à la disposition du public. Avec la collaboration des fournisseurs, le Ministère a préparé un compendium annuel de recherche intitulé *Portrait*. Cette publication remporte beaucoup de succès et le Ministère diffuse les résultats de sa recherche aux principaux intervenants et aux groupes de clients répartis sur tout le territoire canadien. *Portrait* est offert dans les deux langues officielles sur le site Web du MAINC à l'adresse suivante : www.ainc-inac.gc.ca/pr/pub/ind/lscp/index_f.html

La Direction générale des communications du ministère des Affaires indiennes et du Nord Canada (MAINC) abrite l'Unité de recherche sur l'opinion publique. Au cours des deux derniers exercices financiers, l'Unité a accru la capacité et le champ d'application du programme de recherche du Ministère, tout en faisant diminuer les coûts globaux. L'Unité fait de la recherche parmi :

- les membres des Premières nations vivant dans des réserves;
- les membres des Premières nations, les Inuits et les Métis vivant à l'extérieur des réserves;
- les habitants du Nord.

La recherche est entreprise de concert avec les responsables des programmes et des secteurs du MAINC pour combler les besoins inhérents à leurs programmes et à leurs services. De plus, des consultations accrues avec les représentants des bureaux régionaux et les cadres supérieurs assurent l'efficacité et l'utilité de la recherche.

Il importe de plus en plus d'inclure des groupes traditionnellement ignorés ou sous-représentés en recherche sur l'opinion publique, par exemple les habitants des communautés éloignées du Nord, de même que les Premières nations, les Inuits et les Métis vivant à l'extérieur des réserves. Faire de la recherche efficace dans ces communautés est un défi pour plusieurs raisons. Plusieurs des communautés que le Ministère tente de joindre sont éloignées ou très difficiles à contacter par des moyens traditionnels. Un niveau de complexité supplémentaire est le besoin d'exprimer une forme d'empathie et d'utiliser des méthodes respectueuses des communautés et de leurs dirigeants.

Les données de la recherche quantitative faite dans ces communautés clés sont habituellement rassemblées grâce à des sondages téléphoniques. Cependant, cette méthode de recherche représente un défi lorsqu'il faut rejoindre des Autochtones vivant hors-réserves, étant donné la forte proportion d'entre eux qui n'ont pas d'adresse fixe ni de téléphone conventionnel. Pour combler cette lacune, le MAINC a employé avec succès des interviews en personne, coordonnées à des rencontres dans des Centres d'amitié pour ce qui est de la recherche hors-réserves, et avec des dirigeants communautaires pour la recherche effectuée dans le Nord.

Le coût de la recherche exécutée à l'aide de cette approche plus inclusive est inévitablement plus élevé. L'Unité de recherche sur l'opinion publique du MAINC a résolu ce problème en menant des projets de recherche à grande échelle basés sur le modèle de partage des frais. Cela signifie ouvrir les projets du Ministère à d'autres organisations en leur permettant de participer au contenu et de partager les coûts globaux. Les partenaires du MAINC comprennent Ressources humaines et Développement social Canada, Patrimoine canadien, Environnement Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments au gouvernement fédéral ainsi que des partenaires provinciaux comme le gouvernement du Québec. Pour les motifs cités ci-dessus, le coût de la recherche sur l'opinion publique semble globalement plus élevé durant la dernière année, mais le MAINC dépense en réalité beaucoup moins.

À l'aide du modèle de partage des frais, le MAINC a été en mesure d'entreprendre deux projets à grande échelle en 2005-2006 : un sondage auprès des Premières nations, des Inuits et des Métis vivant à l'extérieur des réserves; et un sondage sans précédent sur les Autochtones et les non-Autochtones du Nord. Récemment, le MAINC a aussi dirigé, pour la première fois, des projets

L'environnement était de loin l'enjeu mondial le plus important pour les Canadiens et les Canadiennes, suivi à une certaine distance par la pauvreté mondiale, le terrorisme et la guerre. L'environnement mondial correspondait à la principale préoccupation dans chaque région du Canada.

Les Amériques se sont classées au premier rang des régions les plus importantes aux yeux du Canada, après avoir partagé cette position avec l'Afrique depuis 2002. L'Afrique était la deuxième en importance, suivie par l'Europe et l'Asie. Le Canada considérait les États-Unis comme le pays le plus important. La Chine a progressé au classement et a nettement comblé l'écart qui la séparait des États-Unis à l'évaluation du plus important pays pour le Canada, suivie par l'Iraq, la Grande-Bretagne et Haïti.

Les Canadiens et les Canadiennes ont fortement approuvé le Ministère pour la façon dont il a représenté le Canada et le peuple canadien sur la scène internationale. Il a décroché d'excellentes notes pour les efforts diplomatiques qu'il a déployés outremer, pour avoir fait la promotion de la paix et de la sécurité, pour avoir aidé les voyageurs canadiens en difficulté durant leur séjour à l'étranger, et pour avoir défendu les droits de la personne à l'échelle internationale. Bien qu'une petite majorité pense que le Ministère fait du bon travail pour aborder le problème de la pauvreté mondiale, son rendement était nettement plus bas pour cet indicateur que pour les autres.

Le public appuyait très fortement les liens diplomatiques et commerciaux plus étroits du Canada avec les pays émergents comme le Brésil, l'Inde et la Chine. L'appui à la réforme des Nations Unies en vue de faciliter l'envoi de forces de maintien de la paix pour protéger les femmes et les enfants dans les régions déchirées par la guerre était également fort. Le public approuvait aussi un engagement diplomatique plus marqué envers les pays musulmans modérés et l'annulation de la dette des pays en développement.

Affaires étrangères et Commerce international Canada

■ mieux comprendre l'environnement public pour faire la planification du Ministère dans le domaine des communications;

■ comprendre les niveaux de connaissances applicables au Ministère;

■ mesurer le rendement du Ministère par rapport à divers indices clés; mieux comprendre comment les Canadiens et les Canadiennes perçoivent le monde.

étaient les suivants :

■ mieux comprendre l'environnement public pour faire la planification du Ministère dans le domaine des communications;

■ comprendre les niveaux de connaissances applicables au Ministère;

■ mesurer le rendement du Ministère par rapport à divers indices clés; mieux comprendre comment les Canadiens et les Canadiennes perçoivent le monde.

Cette année, la quatrième vague du sondage sur les communications du Ministère constituait un important projet de recherche dans lequel on examinait les attitudes des Canadiens et des Canadiennes face au monde et la place du Canada au sein de celui-ci. Les objectifs du sondage étaient les suivants :

■ mieux comprendre l'environnement public pour faire la planification du Ministère dans le domaine des communications;

■ comprendre les niveaux de connaissances applicables au Ministère;

■ mesurer le rendement du Ministère par rapport à divers indices clés; mieux comprendre comment les Canadiens et les Canadiennes perçoivent le monde.

Cette année, la quatrième vague du sondage sur les communications du Ministère constituait un important projet de recherche dans lequel on examinait les attitudes des Canadiens et des Canadiennes face au monde et la place du Canada au sein de celui-ci. Les objectifs du sondage étaient les suivants :

■ mieux comprendre l'environnement public pour faire la planification du Ministère dans le domaine des communications;

■ comprendre les niveaux de connaissances applicables au Ministère;

■ mesurer le rendement du Ministère par rapport à divers indices clés; mieux comprendre comment les Canadiens et les Canadiennes perçoivent le monde.

La quantité de recherche sur l'opinion publique entreprise par le ministère de la Défense nationale (MDN) a augmenté pour la troisième année consécutive en raison d'un intérêt grandissant pour l'environnement de sécurité et du rôle des Forces canadiennes en Afghanistan. En 2005-2006, le gouvernement émettait l'Énoncé de la politique de défense, le contexte international demeurait complexe et le besoin d'accélérer la transformation des Forces continuait à se faire sentir. Étant donné ces facteurs, il importait de recueillir les points de vue, les impressions et les attitudes des Canadiens et des Canadiennes à l'égard des Forces, et de les examiner. Le Ministère a effectué un travail d'envergure pour surveiller le contexte de la sécurité. Le MDN a travaillé de concert avec d'autres organismes gouvernementaux comme Sécurité publique et Protection civile Canada, la Gendarmerie royale du Canada, le Service canadien du renseignement de sécurité, Citoyenneté et Immigration Canada, le ministère de la Justice Canada, Transports Canada, l'Agence des services frontaliers du Canada et Santé Canada. Dans le cadre de ces partenariats, le Ministère a utilisé son leadership et ses compétences pour évaluer l'incidence des événements mondiaux sur les préoccupations des Canadiens et des Canadiennes. Pendant l'année, le MDN s'est abonné à l'étude multilinguistique à frais partagés des Associés de recherche EKOS, intitulée *The Security Monitor*, où il a trouvé plusieurs réponses qui ont façonné sa compréhension des questions de sécurité.

Le Ministère s'est efforcé de comprendre les impressions des jeunes Canadiens et Canadiennes au sujet du marché du travail, particulièrement en ce qui concerne leurs attentes quant à une carrière dans les Forces canadiennes. Plusieurs études de marché ont aidé le MDN à mettre au point une nouvelle campagne publicitaire de recrutement. L'emploi d'analystes de perceptions dans les études permet au Ministère de beaucoup mieux comprendre les enjeux en cause et l'aide à aborder le problème que posent certains des points délicats à traiter, lorsqu'il s'agit d'illustrer le rôle de combat des Forces. Au cours du présent exercice financier, plusieurs vagues de recherche quantitative auront lieu pour surveiller les répercussions de la nouvelle campagne publicitaire de recrutement. Le MDN continuera d'examiner les opinions des Canadiens et des Canadiennes sur les questions de sécurité en général et le rôle des Forces canadiennes en particulier. Les conclusions des recherches faciliteront une prise de décisions éclairées en matière de politique et de communication.

Durant l'année, l'ARC a également entrepris de la recherche pour mettre à jour sa compréhension des préférences des entreprises canadiennes. Les activités de recherche portaient sur les connaissances, la sensibilisation et les préférences de ces entreprises face aux services électroniques mis à leur disposition. D'autres recherches visaient les modes de communication favorisés et l'interaction entre l'ARC et les entreprises. Les données émanant de cette recherche ont servi à mettre sur pied des initiatives liées aux programmes de même que la campagne de publicité de l'ARC. Enfin, l'ARC a lancé plusieurs projets de recherche qui se termineront en 2006-2007. Ces projets comprennent de la recherche en vue de mieux comprendre les connaissances, les motifs et les attitudes des Canadiens et des Canadiennes qui participent aux activités de l'économie souterraine. Une autre série de projets se rapporte à l'image de marque de l'ARC, fournissant de l'information sur les perceptions courantes de la « marque ARC ». L'information recueillie orientera la recherche qu'entreprendra l'Agence en 2006-2007 pour mettre à jour son matériel et ses activités de communication.

En 2005-2006, la majeure partie des efforts de recherche sur l'opinion publique de l'Agence du revenu du Canada (ARC) portaient sur les programmes et services qu'elle offre au public. Au cours de l'année, l'ARC a lancé son nouveau sondage annuel, restructuré pour faire mieux comprendre ce que les Canadiens et les Canadiennes pensent de l'ensemble de l'Agence. Le sondage contient des mesures de l'humeur du public afin de saisir le contexte plus vaste dans lequel les attitudes et les opinions de haut niveau se forment au sujet de l'ARC. Le sondage de 2005 fournit à l'ARC une nouvelle information de base à partir de laquelle il lui est possible de déterminer et de suivre les tendances de l'opinion dans le temps. L'ARC a en plus continué à évaluer les services électroniques qu'elle met à la disposition des personnes et des entreprises. Pour mieux comprendre les préférences individuelles, elle a fait un essai de convivialité des pages courantes de la section « Mon dossier » sur son site Web. L'ARC a aussi examiné pourquoi un certain nombre de contribuables s'inscrivent à « Mon dossier ». Pour la troisième année d'inscription, elle a fait un sondage auprès des utilisateurs et des utilisatrices de son site Web. L'étude permettait d'évaluer le niveau de satisfaction sur divers aspects du site et explorait les rapports entre les voies de service de l'Agence par téléphone et par Internet (p. ex. si les contribuables utilisent les deux voies, quand ils le font et pourquoi). En 2006-2007, on prévoit faire une recherche plus poussée sur les besoins des entreprises canadiennes pour ce qui est du site Web de l'ARC.

En 2006-2007, le Ministère prévoit faire de la recherche sur des questions se rapportant à la garde d'enfants, au développement des compétences, à l'apprentissage, à l'accès aux études postsecondaires, aux prestations d'emploi et aux mesures de soutien.

Ressources naturelles Canada

En 2005-2006, Ressources naturelles Canada (RNCan) a employé la recherche sur l'opinion publique sous de multiples formes pour recueillir des renseignements sur les activités entreprises par le Ministère à titre de promoteur du développement responsable des ressources naturelles, de l'énergie, des minéraux, des métaux, des forêts et des sciences de la terre, et également dans son rôle de fournisseur de renseignements en ligne offerts aux Canadiens et aux Canadiennes.

La recherche a soutenu l'élaboration des politiques et des programmes, l'évaluation de produits de communication et l'amélioration du site Web du Ministère. Elle comprenait de la recherche quantitative et qualitative, toutes deux personnalisées, effectuée par RNCan seule ou en partenariat avec d'autres ministères (p. ex. Environnement Canada) et ciblant divers publics de toutes les régions du pays. Entre autres, le Ministère a employé la recherche sur l'opinion publique pour :

- éclairer les principaux enjeux politiques (p. ex. l'approvisionnement et la demande énergétiques);
- faire le suivi des attitudes du public envers l'environnement et le changement climatique, l'efficacité énergétique et la conservation de l'énergie;
- mieux comprendre des publics cibles particuliers (p. ex. les chauffeurs de voitures sur le rendement du carburant; les Canadiens et les Canadiennes du Nord sur la mise en valeur des ressources);

- favoriser le développement et l'amélioration des sites Web (p. ex. l'information scientifique pour les enseignants; l'information sur les prix de l'énergie pour les consommateurs; l'information sur le développement durable des forêts et les politiques qui s'y rapportent);
- obtenir de la rétroaction sur les besoins et les attentes des utilisateurs actuels et des utilisateurs potentiels d'information spécialisée (p. ex. le logiciel de sélection des moteurs efficaces sur le plan énergétique OSMCan et les données géospatiales du programme GéoConnexions);
- mesurer la satisfaction des clients (p. ex. les utilisateurs internes de services partagés).

Le Ministère a employé la recherche par groupes de discussion pour faire les essais préliminaires de publicités sur l'énergie. Il a utilisé l'outil normalisé d'évaluation des campagnes publicitaires du gouvernement du Canada pour mesurer les effets d'une campagne de publicité menée dans la presse écrite et à la radio au printemps 2005.

RNCan a consacré des fonds à la recherche par abonnement et à la recherche multilinguistique pour améliorer l'analyse du contexte public et permettre un sondage efficace :

- de l'opinion de publics particuliers (p. ex. les dirigeants d'entreprises dans tout le Canada);
- de questions horizontales (p. ex. les questions de sciences et de technologie);
- de recherche comparative à grande échelle (p. ex. d'opinion sur une vaste gamme de questions portant sur l'environnement, la sécurité et le développement parmi des populations canadienne, américaine et mexicaine);

Le Ministère prévoit consacrer davantage de ressources financières à la recherche sur l'opinion publique dans les domaines de la mesure de la satisfaction de la clientèle et de l'amélioration du service. La recherche représentera également un outil de premier plan dans le cadre de la gestion du rendement des communications.

- le contexte de l'environnement public dans lequel situer les options relatives à la conception de politiques et de programmes;
- un outil d'évaluation des domaines qui remportent du succès en communication et en intérêt du public, et des secteurs qui nécessitent plus d'attention.

RHDSC a aussi commencé à faire de la recherche pour obtenir des suggestions concernant la conception et le traitement des messages de communication ainsi que la documentation nécessaire pour l'Initiative sur les compétences essentielles et l'alphabétisation en milieu de travail (ICEAMT). Le but de l'Initiative est d'améliorer les niveaux de compétences des Canadiens et des Canadiennes qui se lancent sur le marché du travail ou qui s'y trouvent déjà. Durant la première phase de la recherche, on a trouvé qu'il y avait un nombre croissant d'intervenants en milieu de travail qui reconnaissaient l'importance d'investir dans l'alphabétisation et les compétences essentielles, mais qui ne faisaient pas les investissements nécessaires à cet égard. La deuxième phase de la recherche permettra d'évaluer de nouvelles approches et de nouveaux messages sur le plan de la créativité. Les résultats de la recherche serviront de documentation en vue de développer une stratégie nationale de communication pour l'ICEAMT.

À l'automne 2005, le Ministère a mené une recherche qualitative pour connaître les réactions des Canadiens et des Canadiennes aux concepts publicitaires élaborés en vue de promouvoir les guides du gouvernement du Canada sur les services à l'intention des aînés et des personnes handicapées. La recherche comprenait des groupes de discussion réunissant des participants ayant plusieurs types de handicaps dont des déficiences auditives et visuelles.

D'autres études comportaient de la recherche exploratoire sur les aînés et leur expérience de la vie, un sondage sur les emprunteurs défaillants du prêt d'études canadien et un autre sondage sur les travailleurs canadiens autonomes.

En plus de ces projets de recherche, le groupe de l'analyse au sein de la Division de la recherche sur l'opinion publique et de l'évaluation de Santé Canada a produit une série de documents sur les pratiques exemplaires en 2005-2006. On y examinait et résumait les grands thèmes tirés principalement de différentes études de recherche menées par Santé Canada. On présentait dans ces documents les leçons apprises en rédaction de messages, et en élaboration de sites Web et d'annonces imprimées efficaces. Ces leçons ont été diffusées à d'autres ministères.

Le Ministère continuera à mettre l'accent sur la capacité d'intervention en cas de pandémie, l'appui à la campagne antitabac et à la campagne portant sur les modes de vie sains ainsi que le suivi des perceptions touchant le système de soins de santé.

Ressources humaines et Développement social Canada

Le 6 février 2006, le ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences fusionnait avec Développement social Canada pour créer Ressources humaines et Développement social Canada (RHDS). Le nouveau Ministère est chargé de fournir aux Canadiens et aux Canadiennes les outils dont ils ont besoin pour se développer et prospérer au travail, les aidant ainsi à maintenir la qualité de vie qu'ils souhaitent. En septembre 2005, le Ministère menait une enquête initiale sur les attitudes du public face aux enjeux politiques propres à RHDS. La recherche fournit ce qui suit aux directions générales des politiques et des programmes :

- une notion des priorités publiques qui serviront à la conception de politiques;

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

En guise de contribution au présent rapport, les 10 ministères et organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique ont tous été invités à présenter un bref aperçu du travail effectué durant l'exercice. Le lecteur trouvera ci-dessous la description de leurs activités.

Santé Canada

Avec les soins de santé qui continuent d'être une priorité publique de premier rang, Santé Canada et l'Agence de santé publique du Canada ont beaucoup employé la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006 pour recueillir des renseignements et donner forme à de nombreuses activités en vue de maintenir et d'améliorer la santé des Canadiens et des Canadiennes.

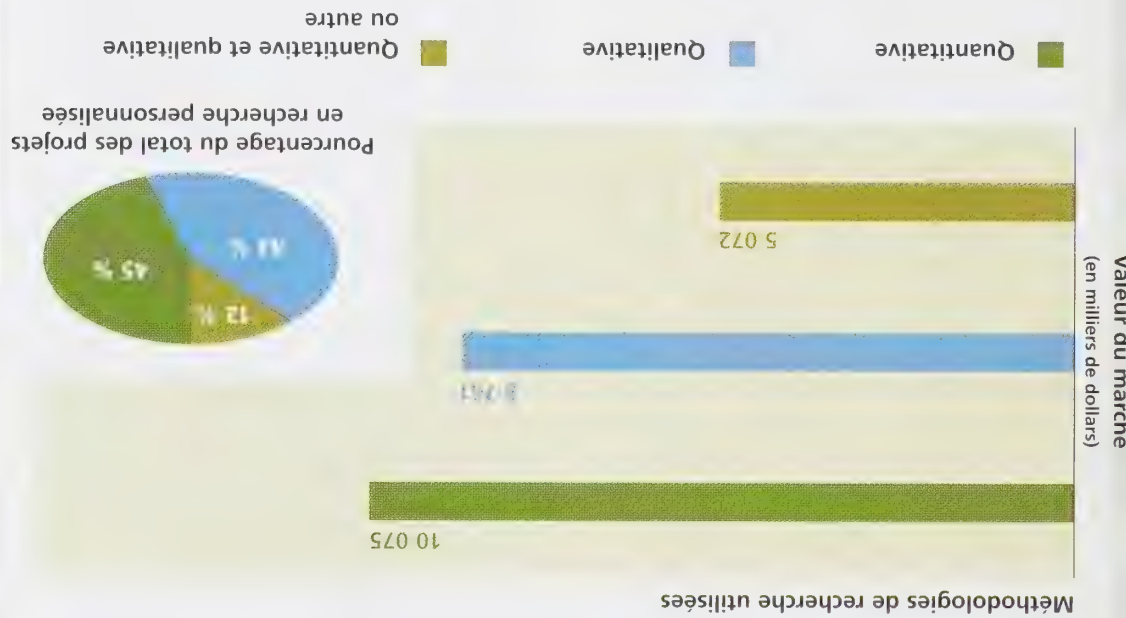
Une large part de cette recherche soutenait des activités de promotion de la santé et de prévention des maladies. Cela comprenait des sondages sur le diabète, le VIH/sida, les perceptions liées à la fumée secondaire et la consommation d'alcool chez les jeunes. Les questions émergentes, comme la réaction à la grippe pandémique ont fait l'objet d'un suivi pour voir si la population canadienne était bien informée et préparée à une éclipse possible. La recherche a également inspiré les politiques et la prise de décisions réglementaires, par exemple en facilitant le suivi des changements découlant des interdictions provinciales de fumer, l'essai des messages

relatifs à la santé sur les paquets de cigarettes et le recours à un dialogue délibératif visant l'établissement d'objectifs de santé publique.

La santé des populations des Premières nations et des populations autochtones de la santé publique.

Durant l'année, Santé Canada a eu recours aux capacités uniques de la recherche en ligne pour faciliter la révision du *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*. Le personnel chargé de ce dossier s'intéressait à ce que les intervenants et le public pensaient de la proposition de contenu du nouveau guide. Il a employé les bases de données internes afin de produire des listes d'adresses électroniques pour environ 500 intervenants de l'industrie et du commerce, des groupes de professionnels non de la santé, des universités et du gouvernement. En outre, le Ministère a obtenu des adresses de courriels grâce à un sondage téléphonique par échantillons aléatoires mené auprès de 1 500 Canadiens et Canadiennes. Des courriels sont parvenus aux deux groupes, les invitant à participer au sondage également accessible sur le site Web de Santé Canada. Pour ce qui est de la composante en ligne de l'étude, des modèles réalistes du guide alimentaire étaient affichés à l'écran à l'intention de plus de 6 000 personnes de divers groupes et régions cibles. Les commentaires détaillés reçus sur le contenu

Pourcentage et valeur totale du marché pour les projets basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée en 2005-2006



La recherche quantitative se rattache à la cueillette d'information auprès de certains membres d'une population, grâce à des techniques structurées, en vue de tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population cible. En général, les sondages sont basés sur un échantillonnage au hasard. Quarante-cinq pour cent (45 %) des projets de recherche personnalisée entrepris au cours de l'exercice appartenaient à la catégorie de la recherche quantitative. La recherche qualitative concerne la cueillette d'information auprès de certains membres d'une population à l'aide de techniques non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion ou des interviews. On emploie normalement une approche qualitative en cas de recherche exploratoire, de recherche en profondeur ou portant sur des questions très complexes. Cette approche favorise

des discussions plus libres; dans de tels cas, cela peut être plus efficace pour atteindre les objectifs de la recherche que ne le serait un questionnaire inflexible comportant des catégories de réponses rigides à chacune des questions. Comme la recherche est exploratoire, les résultats ne s'appliquent pas à la population en général. Quarante-trois pour cent (43 %) des projets de recherche personnalisée étaient basés sur cette méthodologie. Les projets consistant en une combinaison de recherche quantitative et qualitative, et ceux qui appartenaient à la catégorie « Autre » (comme la conception de recherche sur l'opinion publique, y compris l'élaboration et l'analyse de questionnaires), représentaient les 12 % qui restaient des projets de recherche personnalisée entrepris durant l'exercice financier.

Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2003 à 2006



L'élaboration de politiques et l'évaluation de programmes composaient à nouveau le plus grand segment de toute la recherche personnalisée au gouvernement du Canada en 2005-2006, avec 38 % de la valeur totale du marché consacré à ce type de recherche. En 2004-2005, la recherche effectuée à ce titre représentait 35 % de toute la recherche personnalisée. Les projets publicitaires (englobant le suivi de la

publicité et les tests ainsi que l'essai

des produits de communication)

représentaient 21 % du marché, alors que la recherche en marketing se maintenait à 14 % en 2005-2006, par comparaison à 17 % l'année précédente. La recherche donnée à contrat pour évaluer l'efficacité des sites Web a chuté légèrement à 9 %. La recherche sur la qualité du service a également diminué, passant de 18 % en 2004-2005 à 11 % cette année. Les parts des différents types de recherche varient d'année en année selon les besoins changeants des institutions.

Une recherche personnalisée sur l'opinion publique consiste en du travail effectué pour un ministère ou un organisme spécifique. L'organisme qui commande une étude détient les droits de propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet; il met ces produits à la disposition des autres ministères et du public par le biais de Bibliothèque et Archives Canada et de la Bibliothèque du Parlement. Les résultats de la recherche personnalisée que demande le gouvernement du Canada sont du domaine public et accessibles à tous les Canadiens et les Canadiennes. La recherche personnalisée représente la plus grande partie du travail de ROP entrepris par le gouvernement. Les études de recherche multilatérales sont élaborées par des sociétés de recherche en marketing qui les mettent à la disposition d'abonnés payants des secteurs privé et public. Ces produits d'emploi courant contiennent souvent de l'information sur les tendances relatives à divers sujets. Les

sociétés demeurent propriétaires du droit d'auteur et conservent la responsabilité exclusive de la gestion du contenu des études. Les abonnés n'ont normalement pas le droit de distribuer l'information à des parties qui ne s'y abonnent pas. La recherche multilatérale peut être le choix le plus économique pour répondre aux besoins de recherche des ministères parce que les abonnés se partagent les coûts de la recherche.

En 2005-2006, le gouvernement a passé des marchés évalués à 23,9 millions de dollars pour réaliser 395 projets de recherche personnalisée; ils représentaient environ 89 % de la valeur totale du marché de toute la recherche sur l'opinion publique pour la durée de l'exercice. Les marchés de recherche multilatéraux totalisaient 2,9 millions de dollars et comprenaient 121 projets.

Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
SANTÉ CANADA (Y COMPRIS L'AGENCE DE SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA)	6 575	89
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA*	3 029	49
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 586	37
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 577	25
DÉFENSE NATIONALE	1 094	17
AFFAIRES ÉTRANGÈRES CANADA ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA†	1 018	13
AFFAIRES INDiennes ET DU NORD CANADA	1 001	18
SÉCURITÉ PUBLIQUE ET PROTECTION CIVILE CANADA	905	14
PATRIMOINE CANADIEN	815	21
TRANSPORTS CANADA	803	17

Avec les soins de santé qui demeurent une priorité publique de premier rang, Santé Canada a poursuivi ses investissements et s'est classé en tête de tous les ministères qui ont fait usage de recherche sur l'opinion publique l'année dernière. Les activités de recherche de Santé Canada comprennent celles de l'Agence de santé publique du Canada dont les études représentent 17 des 89 projets, et une valeur totale du marché de 1 686 091 \$. La valeur des marchés attribués au nom de Santé Canada équivalait à 25 % de la valeur totale du marché et à 17 % du total des projets du gouvernement du Canada en 2005-2006. Ressources humaines et Développement

des compétences Canada* se classait au deuxième rang pour ce qui est de la valeur des marchés, comme il l'avait fait l'année précédente : la valeur de ses 49 projets de ROP égalait presque la moitié de celle des projets de Santé Canada. Cinq ministères et organismes avaient mené des projets de recherche de l'ordre de un à deux millions de dollars en 2005-2006, comparativement à huit l'année précédente.

Pour les points saillants de la recherche entreprise par les plus grands utilisateurs de recherche sur l'opinion publique, veuillez consulter le chapitre 4 (p. 18).

Notes

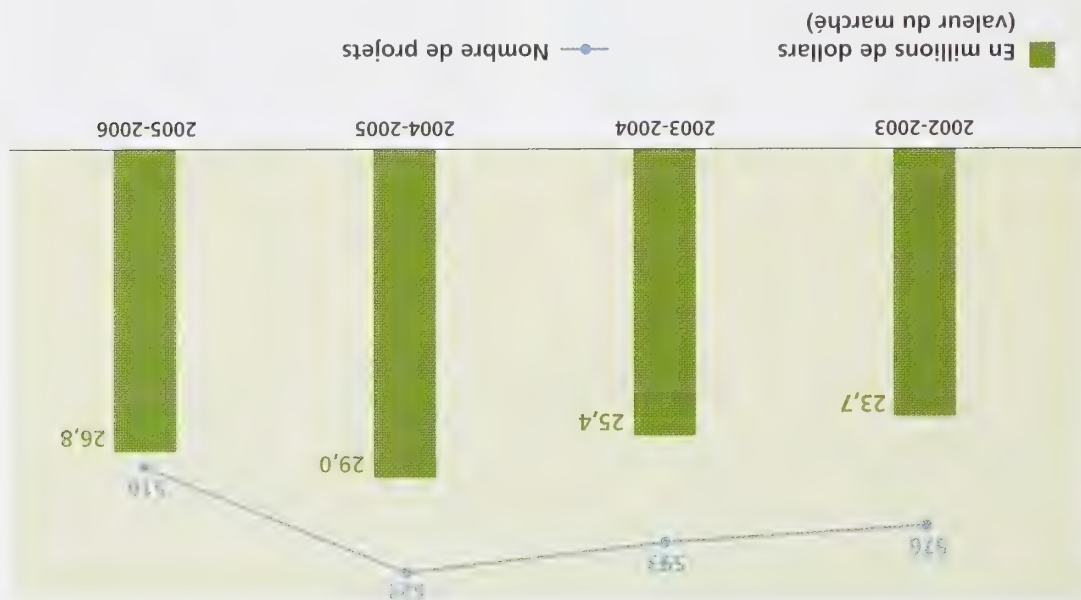
* Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que ce ministère fusionnerait avec Développement social Canada pour créer le nouveau Ressources humaines et Développement social Canada.

† Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que ces deux ministères fusionneraient.

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2005-2006

CHAPITRE TROIS

Nombre total de projets coordonnés par
la Direction de la recherche en opinion publique



La valeur en dollars de la recherche sur l'opinion publique (ROP) coordonnée par l'entremise de la Direction de la recherche en opinion publique en 2005-2006 totalisait 26,8 millions de dollars, ce qui représente une diminution par rapport aux 29 millions de dollars de l'année précédente. L'activité de 2005-2006, qui correspondait à 516 projets,

était également inférieure à celle de l'année précédente durant laquelle 621 projets avaient été entrepris. Les activités de ROP au gouvernement fédéral étaient moins nombreuses en 2005-2006, en raison de la suspension des activités de recherche durant la période électorale fédérale.

Note : Les projets donnés à contrat durant un exercice financier s'étendent parfois sur plus d'un exercice.

Mesure du rendement

En 2005-2006, la Direction de la recherche en opinion publique a débuté la préparation de son deuxième sondage sur la satisfaction de la clientèle, prévu pour 2006-2007. Le premier sondage avait eu lieu en 2004-2005; 89 % des répondants étaient satisfaits de la mesure dans laquelle les membres du personnel leur étaient utiles, 86 % se disaient satisfaits de l'ensemble des services de la DRQP et 84 % se trouvaient satisfaits de l'utilité des conseils fournis.

En 2006-2007, le sondage portera sur les aspects suivants :

- l'usage des services de la Direction;
- la satisfaction à l'égard des services fournis par la Direction;
- les exigences futures concernant les services fournis par la Direction;
- l'intérêt pour la participation à divers types d'activités de perfectionnement des compétences.

Le sondage quantitatif portera sur des questions liées à la qualité et à l'utilité des conseils, à l'échange d'information et au transfert de connaissances. Il comprendra des mesures de la satisfaction relatives à l'actualité et à l'accessibilité des données, de même que des mesures du rendement visant l'utilité des offres de programmes et de services, la qualité de l'information et l'efficacité du service. On évaluera aussi l'utilité des publications consacrées à la ROP, les rencontres des membres du réseau, les séances et les produits d'information ainsi que la base de données sur la gestion de projets.

Les résultats aideront la Direction à améliorer ses services aux ministères et organismes, particulièrement en mettant sur pied plus d'initiatives éducatives comme des événements favorisant l'échange d'information.

Secteur de la recherche en marketing au Canada

Le secteur de la recherche en marketing au Canada représente près de 750 millions de dollars par année en activités de recherche en marketing, ce qui comprend 27 millions de dollars pour le gouvernement du Canada durant l'exercice 2005-2006.

L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (un organisme pancanadien, compte parmi ses membres plus de 1 500 spécialistes, des maisons de recherche de toutes les tailles et des acheteurs de services de recherche du secteur privé. Sa mission consiste à promouvoir un environnement favorable dans lequel le secteur prospérera et le public trouvera son compte. Parmi les produits et les services de l'ARIM se trouvent les suivants :

- les règles de conduite professionnelle et les pratiques conformes à la déontologie pour ses membres;
- la désignation professionnelle pour les chercheurs et les chercheuses en marketing;
- la School of Marketing Research, qui propose un programme complet de cours sur tous les aspects de la recherche;
- le système d'enregistrement des sondages, qui permet au public de vérifier le bien-fondé d'un sondage, contient de l'information sur le secteur de la ROP et enregistre les plaintes déposées contre un membre de l'Association.

produits depuis 1994 et que Bibliothèque et Archives Canada et la Bibliothèque du Parlement mettent à la disposition du public; l'accès aux rapports de ROP disponibles en ligne dans la Collection électronique de Bibliothèque et Archives Canada; plusieurs autres ressources et publications.

- Le bulletin intitulé *Le Coin de la recherche*, lancé en 2004, s'adresse aux coordonnateurs et aux coordonnatrices de recherche des ministères. Il met l'accent sur les nouvelles pratiques, les initiatives conjointes du gouvernement et du secteur de la ROP, et les projets récents réalisés dans les organismes fédéraux ainsi que sur d'autres questions intéressant les intervenants en ROP au gouvernement du Canada. En 2005-2006, on a produit deux éditions bilingues en format imprimé et en ligne.

Maintien de bonnes relations avec le secteur de la recherche

En 2003, le gouvernement du Canada, représentée par TPSCG, a débuté ses rencontres avec le secteur de la ROP que représentait l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (ARIM) et l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale. Il en résulte une relation de travail croissante et productive grâce à laquelle les délégués abordent des questions d'intérêt mutuel. En voici quelques exemples :

- Faire en sorte que tous les sondages effectués par le gouvernement du Canada et donnés à contrat par l'entremise des nouvelles offres à commande et des nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement d'enregistrement des sondages de l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (voir l'encadré).

Communauté de pratique en ROP

- Consultations sur la qualité des sondages.
- Désignation des pratiques exemplaires en recherche.
- Besoins en matière de formation des employés fédéraux dans le domaine de l'opinion publique et de la recherche en marketing.
- Faire prendre davantage conscience de l'importance de participer à des études portant sur la recherche en opinion publique et laisser le public s'exprimer sur diverses questions qui le préoccupent.
- Participation de deux représentants nommés par l'ARIM au Panel consultatif sur la qualité des sondages téléphoniques de l'opinion publique.
- Elaboration de nouveaux cours en recherche sur l'opinion publique se rapportant directement aux employés du gouvernement fédéral.

Au cours de l'année, la Direction de la recherche en opinion publique a continué à coordonner les rencontres de la communauté fédérale de pratique et d'autres groupes de travail interministériels, et d'y participer. La communauté regroupe des spécialistes de la ROP représentant environ 30 ministères et organismes. Ils se rencontrent régulièrement pour partager de l'information et se pencher sur des questions d'intérêt mutuel comme la qualité des sondages et les taux de réponses, les questions d'approvisionnement, les techniques de recherche émergentes, les nouveaux logiciels de sondages, les initiatives et les partenariats conjoints ainsi que la nouvelle législation et les exigences de la politique.

Base de données électronique pour la gestion des projets

Le SCIR est une base de données rationalisée sur le Web qui sert à gérer des soumissions de projets de recherche. Cela permet aux utilisateurs et aux utilisatrices de partager de l'information sur des projets de recherche, de déceler des occasions de partenariats sur les questions horizontales et de réduire le chevauchement des efforts. La base de données a été lancée sur CommNET, un site intranet du gouvernement, en mars 2005, la mettant ainsi à la disposition de toutes les organisations fédérales. Les coordonnateurs et les coordonnatrices de recherche des ministères sont en mesure de soumettre des détails de recherche dans le cadre de nouveaux projets, de suivre les progrès accomplis et de générer électroniquement des rapports sur les activités de leur ministère. En 2005-2006, on a assisté à la promotion du SCIR et à son développement subséquent. Par exemple :

- on a donné des séances de formation durant toute l'année;
- le système a créé un certain nombre de nouveaux rapports pour répondre aux besoins des ministères;
- le nouveau babilard des partenariats a été créé afin de permettre aux ministères de trouver des partenaires pour d'importants projets. Par exemple, le ministère des Affaires indiennes et du Nord Canada a trouvé des partenaires pour réaliser son sondage *Étude dans le Nord* et un sondage sur les Autochtones vivant à l'extérieur des réserves.

Une partie du mandat de la DROP consiste à faciliter le dépôt des rapports finaux de recherche à la Bibliothèque du Parlement et à Bibliothèque et Archives Canada. En 2005-2006, on a pris des dispositions pour déposer des documents électroniquement dans les deux institutions.

Gestion des rapports de recherche

L'édition revue de *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* a paru en avril 2005. Dans cette publication, on explique aux employés fédéraux qui font de la recherche sur l'opinion publique les approches mises à leur disposition. On y expose les avantages et les inconvénients des méthodes actuelles de collecte des données et on donne de l'information sur la recherche conventionnelle et les techniques émergentes ayant recours à Internet. La publication a pour but de fournir de l'aide dans le choix d'une approche qui répondra aux objectifs de la recherche avec efficacité. Les annexes contiennent une liste des étapes à suivre dans l'acquisition de la recherche. CommNET, un site intranet de ressources électroniques à l'intention des communicateurs et des communicatrices du gouvernement du Canada, offre une section consacrée à la recherche sur l'opinion publique. Cette section a été mise à jour et contient des renseignements et des outils plus nombreux réservés aux ministères et aux organismes tels que :

- l'accès à la base de données du SCIR;
- l'aperçu des sommaires des projets de recherche que les ministères et les organismes fournissent à TPSCG;
- la liste bilingue de plus de 3 700 rapports fédéraux de recherche sur l'opinion publique

Ressources et publications

Depuis novembre 2005, en plus du catalogue des rapports imprimés, Bibliothèque et Archives Canada a commencé à recevoir des rapports de la DROP par voie électronique. Les rapports sont catalogués et affichés sur Internet dans sa Collection électronique. Au début de 2006, la Bibliothèque du Parlement a adopté un arrangement semblable pour mettre des rapports à la disposition des parlementaires et des journalistes par voie électronique.

■ accès plus rapide et plus efficace aux services de fournisseurs de recherche expérimentés à des prix concurrentiels pour les ministères et organismes du gouvernement.

La Direction de l'approvisionnement en communication travaille de concert avec la Direction de la recherche en opinion publique (DROP) pour assurer un service unifié et intégré aux ministères et aux organismes. La DAC est la seule autorité contractante pour ce qui est de la recherche en opinion publique à l'intention des institutions désignées aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Avant que la Direction ne passe un marché de recherche sur l'opinion publique, il doit d'abord être examiné par la DROP.

Direction de la recherche en opinion publique

La Direction de la recherche en opinion publique fournit un centre de services communs obligatoires qui coordonne la recherche sur l'opinion publique pour les institutions fédérales.

La DROP donne aussi de l'orientation, offre des conseils et organise des séances d'information, ce qui aide les organisations fédérales à atteindre leurs objectifs de recherche et à assurer la valeur et la qualité de la recherche qu'elles entreprennent.

En raison du besoin croissant de recherche sur l'opinion publique, le gouvernement du Canada vise à :

- *optimiser ses ressources financières*, en évitant le chevauchement des efforts et en assurant un processus d'approvisionnement concurrentiel;
- faire preuve de *transparence*, en mettant la recherche terminée à la disposition du public grâce à Bibliothèque et Archives Canada.

Deux unités de la DROP aident les ministères et les organismes à répondre à leurs besoins en recherche. Elles facilitent également l'approvisionnement en ce qui concerne les services, leur communisme des pratiques exemplaires et des résultats de recherche, et coordonnent le travail dans les organisations fédérales.

■ Les représentants des **Services d'avis** conseils travaillent en étroite collaboration avec les coordonnateurs de la recherche des ministères et des organismes, les guidant pour qu'ils franchissent les étapes du processus d'acquisition de services de ROP. L'unité propose de l'aide taillée sur mesure selon les besoins et les objectifs spécifiques de chaque organisation, sur des sujets tels que la méthodologie, les exigences législatives et politiques, les normes propres au secteur de la ROP, les méthodes d'approvisionnement et la façon d'optimiser les ressources financières. Après avoir examiné un projet, le conseiller ou la conseillère affectée à celui-ci émet un numéro d'inscription et soumet le projet à la Direction de l'approvisionnement en communication qui prépare un contrat. En 2005-2006, les conseillers ont examiné, coordonné et inscrit 516 projets de ROP.

■ Grâce à la **gestion des connaissances**, on encourage les partenariats et le partage de la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement fédéral. L'unité qui en est responsable développe et gère la base de données en ligne du SGIR, produit le rapport annuel, des guides de recherche et des ressources en ligne; elle organise des réunions et des séances de partage d'information à l'intention de la communauté interministérielle de pratique en ROP. Elle encourage également la diffusion de rapports de recherche. En 2005-2006, la DROP a reçu 435 rapports finaux de recherche personnalisée des ministères et des organismes et les a déposés à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

En 2005-2006, la Direction de la recherche en opinion publique a offert à la communauté de la ROP du gouvernement plusieurs nouveaux outils et nouvelles ressources pour l'aider à concevoir et à mener des projets de recherche sur l'opinion publique.

Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

En février 2004, la vérificatrice générale du Canada a noté que, dans l'ensemble, la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement du Canada était bien gérée. Parallèlement, son rapport au Parlement sur la ROP contenait des suggestions d'améliorations. À la lumière de ses observations et en accord avec l'effort continu de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) pour améliorer la gestion de la recherche sur l'opinion publique, plusieurs changements importants ont été mis en œuvre en 2004-2005. Ils sont consignés dans le rapport annuel de l'année dernière traitant de la recherche sur l'opinion publique. Les mesures suivantes se poursuivront :

- amélioration du processus de passation des marchés, conformément à l'approche du Ministère énoncée dans *Les prochaines étapes*;
- renouvellement des efforts du Ministère pour aider au dépôt des rapports finaux afin qu'ils relèvent du domaine public;
- amélioration plus poussée de la base de données du Système de gestion de l'information sur la recherche (SGIR) et sa promotion auprès des organismes gouvernementaux (voir p. 10).

Dans le rapport de la vérificatrice générale déposé au Parlement en novembre 2005, le chapitre 2 portait sur l'examen de la qualité et de la présentation des rapports de sondages et relevait certaines préoccupations. Pour corriger la situation, d'autres mesures importantes ont été prises en 2005-2006 :

- travailler à la création du Panel consultatif sur la qualité des sondages téléphoniques de l'opinion publique;
- lancer une initiative pour cibler les pratiques exemplaires, afin de maximiser les taux de réponses à la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada faite par téléphone.

En outre, dans le cadre des efforts continus déployés pour répondre aux besoins du Ministère, les préparatifs ont débuté en vue de réaliser une deuxième étude sur la satisfaction de la clientèle, qui se terminera en 2006-2007 (voir p. 12).

Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP

En mai 2004, à la suite des consultations de TPSGC avec les associations du secteur de la recherche et les ministères, la Direction de l'approvisionnement en communication (DAC) a instauré une nouvelle série d'offres à commandes et d'arrangements en matière d'approvisionnement concernant la ROP. Ces mécanismes présentent certains avantages :

- concurrence accrue parmi les fournisseurs de projets;
- transparence améliorée du processus de sélection des fournisseurs;

À propos du présent rapport

- Il s'agit du cinquième rapport annuel de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada.
- Dans le chapitre 1, on explique les projets coordonnés par TPSCG pour contribuer à maintenir la qualité de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement et pour aider les ministères et les organismes à combler leurs besoins en recherche.
- Dans le chapitre 2, on présente les tendances pangouvernementales en recherche sur l'opinion publique. En 2005-2006, 516 projets de ROP ont été entrepris et coordonnés par l'entremise de TPSCG; ces projets représentaient une valeur du marché se chiffrant à 26,8 millions de dollars, et ce, en utilisant les services de 61 sociétés de recherche.
- Dans le chapitre 3, on résume les activités de ROP lancées par les ministères et organismes, en particulier ceux qui ont été les plus actifs en recherche sur l'opinion publique.
- Dans le chapitre 4, le lecteur trouvera des détails sur les sociétés de recherche auxquelles le gouvernement a eu recours pour faire de la recherche personnalisée et de la recherche multilingues.

- Dans le chapitre 5, on indique comment obtenir de plus amples renseignements.
 - L'annexe I contient la liste de tous les ministères et organismes qui ont fait de la ROP au cours de la dernière année.
 - L'annexe II regroupe les noms de toutes les sociétés qui ont obtenu des contrats pour faire de la ROP durant l'année.
 - L'annexe III comprend les études multilingues selon les thèmes abordés.
 - L'annexe IV contient la liste de toutes les offres à commandes et des arrangements en ROP pour les années 2004 à 2007.
- Le rapport traite des projets de recherche sur l'opinion publique et des contrats coordonnés par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

■ évaluer les programmes et les services afin d'optimiser la valeur des fonds publics dépensés.

La *Politique de communication du gouvernement du Canada* établit un cadre pour effectuer de la recherche sur l'opinion publique. Cela est obligatoire pour les ministères et les organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. La *Politique* ne s'applique pas aux autres institutions comme les sociétés d'État et celles qui ont l'autorisation d'entreprendre leur propre passation de marchés en vertu des articles 41(1) et 41(2) de la Loi. Ainsi, le présent rapport met-il l'accent sur les activités de ROP des institutions touchées par la *Politique*.

Le cas échéant, les ministères et organismes peuvent recourir à la recherche sur l'opinion publique pour appuyer leurs opérations, de la conception des programmes et des services à l'assurance que les objectifs sont atteints et les attentes satisfaites. Un ministère ou un organisme qui fait de la recherche nomme un coordonnateur de la ROP chargé de surveiller les projets de recherche de l'organisation et de procéder à la liaison avec TPSCG.

Pour assurer une gestion cohérente et rentable de la recherche sur l'opinion publique dans l'ensemble du gouvernement, les institutions doivent :

- coordonner la planification et la mise en œuvre des initiatives de ROP avec la Direction de la recherche en opinion publique de TPSCG;
- établir un contact avec TPSCG au tout début de la recherche pour obtenir l'avis de ses conseillers en ROP;
- passer des marchés de services en recherche sur l'opinion publique par l'intermédiaire de la Direction de TPSCG;
- veiller à ce que les principes de pratique équitable du traitement de l'information, compris dans les articles 4 à 8 de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* ainsi que dans la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* soient respectés;
- s'assurer que les rapports finaux de recherche soient déposés à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement;
- partager les résultats de la recherche avec les autres institutions fédérales;
- communiquer les résultats finaux au public sur demande.

« Les recherches sur l'opinion publique aident le gouvernement à mieux comprendre la société canadienne, cerner les besoins et les attentes des citoyens, évaluer les réactions aux propositions ou aux modifications ou initiatives éventuelles, évaluer l'efficacité de leurs politiques, programmes et services, mesurer les progrès réalisés en ce qui a trait à l'amélioration du service, évaluer l'efficacité des activités de communication, notamment la publicité, ou planifier et évaluer des initiatives de marketing, entre autres applications. »

Politique de communication du gouvernement du Canada, Conseil du Trésor du Canada, 1 août 2006

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Avec ses partenaires des autres organismes fédéraux et des autres ordres de gouvernement, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) cherche à dispenser des services plus intelligents, plus rapides et à moindre coût, et à améliorer la façon dont le gouvernement fédéral fait des affaires. Le Ministère détient l'autorité nécessaire pour ce qui est de la coordination de la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement et de la passation de marchés dans ce domaine. Il exerce cette autorité par l'entremise de deux de ses directions qui travaillent ensemble :

- **La Direction de la recherche en opinion publique.** Les organisations fédérales qui prévoient entreprendre de la recherche sur l'opinion publique doivent consulter la Direction dès les étapes initiales de leurs projets. La Direction offre des conseils durant tout le processus pour veiller à ce que la recherche soit faite selon les normes en vigueur dans le secteur et en vertu des politiques gouvernementales, et que l'organisation atteigne ses objectifs de façon rentable.
- **La Direction de l'approvisionnement en communication.** Cette unité fournit un service commun obligatoire à titre d'autorité contractante du gouvernement en recherche sur l'opinion publique.

Au gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique représente la cueillette planifiée d'information par ou pour une institution fédérale sur les opinions, les attitudes, les impressions, les jugements, les idées, les réactions ou les points de vue (dont ceux des employés et des employés du gouvernement). L'information pourrait porter sur une vaste gamme d'activités. Citons en exemple l'élaboration des politiques, le marketing, les communications et la publicité, l'évaluation de programmes, les études sur la qualité du service, les études de satisfaction de la clientèle et le développement de produits. L'information recueillie facilite diverses tâches :

- élaborer des programmes, des services et des produits de communication;
- évaluer des initiatives et des plans en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation pour les programmes et les services du gouvernement;
- jauger les demandes et les attentes de la population canadienne et des intervenants (p. ex. les entreprises);

Table des matières

1	Message du Ministre
5	Introduction
8	Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada
8	Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP
9	Direction de la recherche en opinion publique
11	Maintien de bonnes relations avec le secteur de la recherche
11	Communauté de pratique en ROP
12	Mesure du rendement
13	Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2005-2006
13	Nombre total de projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique
14	Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique
15	Recherche personnalisée et recherche multiliclients
16	Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2003 à 2006
17	Pourcentage et valeur totale du marché pour les projets basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée en 2005-2006
18	Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique
18	Santé Canada
19	Ressources humaines et Développement social Canada
20	Ressources naturelles Canada
21	Agence du revenu du Canada
22	Défense nationale
23	Affaires étrangères et Commerce international Canada
24	Affaires indiennes et du Nord Canada
25	Sécurité publique et Protection civile Canada
26	Patrimoine canadien
27	Transports Canada
28	Sociétés de recherche
28	Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique
29	Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée
30	Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multiliclients
31	Pour de plus amples renseignements
32	Annexes
33	I Liste complète des ministères et organismes pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006
35	II Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006
38	III Aperçu thématique des études multiliclients en 2005-2006
40	IV Offres à commandes et arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

J'ai le plaisir de vous présenter le rapport annuel de 2005-2006 intitulé *La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada*.

Au cours de l'année qui vient de s'écouler, le gouvernement du Canada a accordé une

nouvelle priorité à la transparence et à la responsabilité grâce au projet de loi C-2, la

Loi fédérale sur la responsabilité. Les dispositions de ce projet de loi obligeront les ministères

et les organismes à fournir des rapports écrits de recherche sur l'opinion publique à

Bibliothèque et Archives Canada dans les six mois suivant la fin du travail sur le terrain

pour en faciliter l'accès au public. Une initiative tout aussi importante est la décision

du gouvernement du Canada d'entreprendre un examen indépendant des pratiques

d'approvisionnement portant sur la recherche sur l'opinion publique. Un conseiller

indépendant sera nommé pour une période de six mois tout au plus pour procéder à

cet examen et déterminer si de nouvelles mesures ou initiatives sont nécessaires.

Le gouvernement du Canada a mis en place ces deux initiatives clés dans le

but d'assurer l'équité, l'accessibilité et l'optimisation des ressources en recherche

sur l'opinion publique gouvernementale. Travaux publics et Services gouverne-

mentaux Canada aide les autres ministères et organismes fédéraux à servir les Canadiens

et les Canadiennes. C'est pourquoi il a l'obligation spéciale de faire preuve de

transparence et d'excellence tout en ayant le souci de la responsabilité et de la rentabilité.

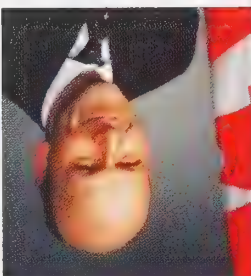
Le présent rapport met en lumière les efforts déployés à ce jour pour assurer le renouvellement continu de la recherche sur l'opinion

publique dans l'ensemble du gouvernement du Canada.

Le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux,

Michael M. Fortier

Michael M. Fortier



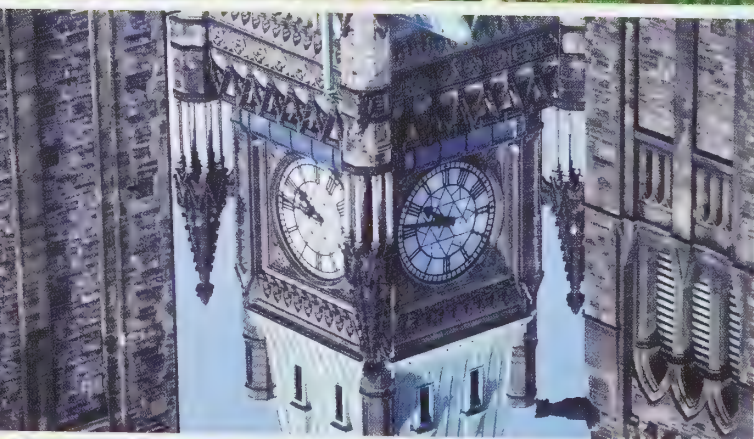
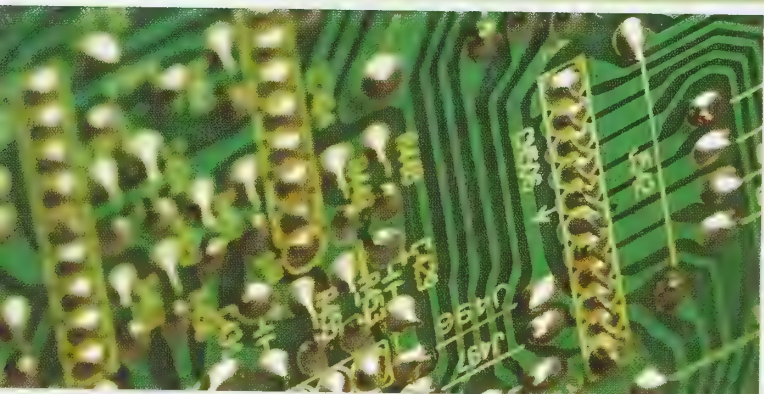
Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Septembre 2006

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche en opinion publique au 613-943-5130.
Version électronique : www.tpsgc.gc.ca/rop/text/rpt-f.html
Numéro de catalogue : P100-1/2006
ISBN : 0-662-49445-8

RAPPORT ANNUEL 2005-2006

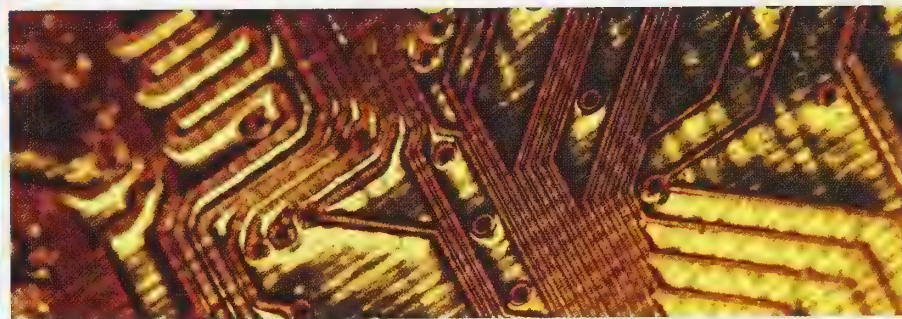
La recherche
sur l'opinion
publique
au gouvernement
du Canada

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada



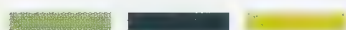
RAPPORT ANNUEL 2005-2006

A1
C0
P75



Public Opinion Research in the Government of Canada

Public Opinion Research in the Government of Canada



ANNUAL REPORT 2006-2007



Published by Public Works and Government Services Canada
November 2007

For more information, please contact the
Public Opinion Research Directorate at 613-992-8545.
Internet version: www.pwgsc.gc.ca/por/text/rpt06-07-01-e.html
Catalogue Number: P100-1/2007
ISBN: 978-0-662-05005-6



10% Post-Consumer fibres



Minister's Message



I am pleased to present the 2006–2007 Annual Report on *Public Opinion Research in the Government of Canada*.

Public opinion research is an important channel of communication between government and citizens. It helps government understand Canadian society and identify citizens' needs and expectations when developing its policies, programs and services.

In the past year, the government made significant progress toward increasing transparency and strengthening accountability with the *Federal Accountability Act* and Action Plan.

One of the most significant changes is the new statutory responsibility for departments and agencies to submit written reports of their public opinion research projects directly to Library and Archives Canada within six months of the completion of fieldwork. Equally important is the legislated commitment to fairness and openness in contracting for public opinion research.

Also resulting from the commitments made in the *Federal Accountability Act* and Action Plan, the Government of Canada appointed an Independent Advisor to conduct a review of past public opinion research practices across government. This review will, among other things, address issues raised in the Auditor General's 2003 report and determine whether any further action is required.

In keeping with our desire to continuously improve the way public opinion research is done, the Department brought together an Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality, which developed new standards and guidelines for the Government of Canada research community. Drawn from the latest Canadian, U.S. and international standards, these new best practices will help ensure that the Government of Canada conducts high-quality public opinion research.

Finally, it is important to mention that, in her February 2007 report to Parliament, the Auditor General noted improvements in the way the government conducts public opinion research since her November 2003 report. The Auditor General stated, "PWGSC has made satisfactory progress in ensuring that it awards contracts for advertising and public opinion research through a fair and transparent process, in accordance with the Treasury Board's Contracting Policy."

This report documents productive measures taken by the government in support of public opinion research—measures on which we will continue to build to ensure the constant renewal of public opinion research activities.

A handwritten signature in dark ink, which appears to read "Michael". The signature is stylized and fluid.

Michael M Fortier

Minister of Public Works and Government Services

Table of Contents

1	Minister's Message
5	Introduction
8	Management of Public Opinion Research in the Government of Canada
10	Renewal of Public Opinion Research Procurement Instruments
11	Public Opinion Research Directorate
16	Trends in Public Opinion Research in the Government of Canada, 2006–2007
16	Total Projects Coordinated by the Public Opinion Research Directorate
17	Top Departments and Agencies for Public Opinion Research Coordinated by the Public Opinion Research Directorate
18	Custom and Syndicated Research
19	Custom Research Trends by Type of Research, 2004–2007
20	Percentage and Total Contract Value of Projects Based on Research Methodology for Custom Research, 2006–2007
21	Highlights of Key Public Opinion Research Projects
21	Health Canada
22	Human Resources and Social Development Canada
23	Environment Canada
24	Privy Council Office
25	Agriculture and Agri-Food Canada
26	Natural Resources Canada
27	Industry Canada
28	Department of National Defence
29	Canada Revenue Agency
29	Foreign Affairs and International Trade Canada
31	Research Firms
31	Research Firms With the Highest Business Volumes
32	Highest Business-Volume Research Firms for Custom Research
33	Highest Business-Volume Research Firms for Syndicated Studies

34 For more information

35 Appendices

- 36 I Listing of Departments and Agencies Engaged in Public Opinion Research, 2006–2007
- 38 II Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2006–2007
- 41 III Thematic Overview of Syndicated Studies, 2006–2007
- 43 IV Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

Introduction

The government's obligation to reach out and communicate with citizens is concomitant with the right of citizens to address and be heard by their government. In a democracy, listening to the public, researching, evaluating and addressing the needs of citizens is critical to the work of government. The government must learn as much as possible about public needs and expectations to respond to them effectively. The dialogue between citizens and their government must be continuous, open, inclusive, relevant, clear, secure and reliable. Communication is a two-way process.

—*Communications Policy of the Government of Canada*,
Treasury Board of Canada, August 1, 2006

Public Works and Government Services Canada (PWGSC) works together with other federal organizations to serve Canadians efficiently and cost-effectively. PWGSC aims to deliver federal government services smarter, faster and at reduced cost. The Department has coordinating and contracting authority for public opinion research (POR) within the government. It exercises this authority through two of its directorates, which work closely with each other:

- The **Public Opinion Research Directorate** (PORD). When federal organizations plan public opinion research projects, they must consult the Directorate from the initial stages. The Directorate offers technical advice and guidance on legislative and policy requirements, methodology, and generally accepted standards of the marketing research industry.
- The **Communications Procurement Directorate** (CPD) provides a mandatory common service as the government's contracting authority for public opinion research.

How Public Opinion Research Is Managed in the Government of Canada

Public opinion research in the Government of Canada is the planned gathering, by or for a federal institution, of people's opinions, attitudes, perceptions, judgments, feelings, reactions or views (including those of government employees). The information may concern a broad range of activities. Examples include policy-making, marketing, communications and advertising, program evaluation, quality of service studies, customer satisfaction studies, and product development.

The information gathered assists in various tasks:

- developing programs, services and communications products;
- assessing policy initiatives and plans;
- designing delivery methods for government programs and services;
- measuring the demands and expectations of the Canadian population and stakeholders (e.g. businesses); and
- evaluating programs and services to ensure value for public money spent.

The *Communications Policy of the Government of Canada* sets out a framework for conducting public opinion research. The framework is mandatory for departments and agencies identified in schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. The Policy does not apply to other institutions, such as Crown corporations and those authorized to undertake their own contracting under sections 41(1) and 41(2) of the Act. This report focuses on the POR activity of institutions covered by the Policy.

When appropriate, departments and agencies may use public opinion research in support of their operations, from designing programs and services to ensuring that goals and expectations are met. A department/agency conducting research names a POR coordinator, who is responsible for overseeing the organization's research projects and acting as liaison with PWGSC.

To ensure coherent, cost-effective management of public opinion research throughout the government, institutions must proceed as follows:

- They must coordinate the planning and implementation of public opinion research with PWGSC in accordance with the established procedures.
- They must contract public opinion research services through PWGSC. As the Government of Canada's technical and coordinating authority for public opinion research, PWGSC reviews and advises on the research plans and strategies of federal institutions, and assigns project registration numbers authorizing contracts to proceed.
- They must ensure that the principles of fair information practices embodied in sections 4 to 8 of the *Privacy Act*, as well as in the *Personal Information Protection and Electronic Documents Act*, are respected in any public opinion research.
- Within six months of the completion of public opinion research fieldwork, they must provide copies of final reports to Library and Archives Canada and to the Library of Parliament.
- They must share research results with PWGSC, as well as other federal departments and agencies that have an interest in the findings.
- They must release final research results to the public promptly on request.

Departments and agencies are responsible for the quality, content and management of the public opinion research they undertake.

On April 11, 2006, the Government introduced the new *Federal Accountability Act* and Action Plan. Among other things, these measures, as well as the Communications Policy of the Government of Canada, seek to strengthen the management of public opinion research. These include:

- Research findings collected under contract must be made available, in writing, to the public by departments and agencies through Library and Archives Canada and the Library of Parliament, within six months of the completion of fieldwork.
- Contract information and executive summaries of completed projects must be posted on the Internet (on a Library and Archives Canada website) for ease of public access.
- The bidding process for contracting of public opinion research and advertising activities must be open, fair and transparent.

The *Federal Accountability Act* received Royal Assent on December 12, 2006.

About the Report

This is the sixth annual report on public opinion research in the federal government. It contains information on the following:

- Chapter 2 discusses projects coordinated by PWGSC to help maintain the quality and integrity of public opinion research in the government, and to help departments and agencies fulfill their research needs.
- Chapter 3 presents government-wide trends in public opinion research. In the past fiscal year (April 1, 2006, to March 31, 2007), 562 POR projects were coordinated through PWGSC; these had a contract value of \$31.4 million and used the services of 66 research firms.
- Chapter 4 summarizes POR activities undertaken by departments and agencies, particularly those that have been most active in public opinion research.
- Chapter 5 gives details of research firms used by the government for both custom and syndicated research.
- Chapter 6 explains where to obtain more information.
- Appendix I lists departments/agencies engaged in POR during the past year.
- Appendix II lists all firms contracted to perform POR during the past year.
- Appendix III groups syndicated studies purchased by the government by theme.
- Appendix IV lists all standing offers and supply arrangements in place for POR during the past year.

The report covers public opinion research projects and contracts coordinated through Public Works and Government Services Canada.

Management of Public Opinion Research in the Government of Canada

In her February 2007 follow-up report to Parliament, the Auditor General of Canada indicated that the federal government had made satisfactory progress in improving its public opinion research (POR) activities since her previous report of November 2003 (released in February 2004). The Auditor General particularly noted progress in ensuring that:

- contracts for public opinion research are awarded through a fair and transparent process, in accordance with the Treasury Board's *Contracting Policy*;
- spending on public opinion research is properly controlled; and
- the results of public opinion research are measured and reported in accordance with the *Communications Policy of the Government of Canada*.

The improvements were the result of a number of measures undertaken by Public Works and Government Services Canada (PWGSC) and other departments and agencies, including the Treasury Board of Canada Secretariat, over the past three fiscal years:

- renewal of the public opinion research contracting process;
- steps to make final reports accessible to all Canadians; and
- continued improvement of the Research Information Management System (RIMS) database, and its promotion to government organizations.

In her November 2005 report to Parliament, the Auditor General had noted a number of concerns regarding the quality and reporting of surveys. In response, the following initiatives were organized and completed in 2006–2007.

Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality

The Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality was established to provide advice and guidance to the Public Opinion Research Directorate (PORD) on survey quality standards and benchmarks appropriate to public opinion telephone survey research conducted for the Government of Canada. The panel consisted of eight members representing the government, the marketing research industry and the academic community. A report on the panel's findings was completed in March 2007.

The Panel made wide-ranging recommendations regarding standards and guidelines for the entire process of telephone survey research activities conducted for the Government of Canada. For example, it called for minimum requirements for each of the following:

- statements of work issued by departments and agencies for public opinion research that they wish to be performed;
- proposals prepared by contractor firms and submitted to the Government of Canada for its consideration;
- pretesting of questionnaires;
- sampling procedures for surveys;
- training and briefing of interviewers;
- survey procedures such as callbacks;
- reporting of survey response rates;
- procedures for data entry, coding and data editing; and
- data analysis and reporting.

The Panel's report attempts to address the long-term, worldwide trend toward declining response rates in telephone surveys. The report sets guidelines for acceptable response rates, depending on the type of survey conducted. It also recommends that firms prepare a report on the possible non-response bias in the survey—that is, the extent to which demographic and other characteristics of the survey sample might differ from the general population.

The report is available to the public. It has been circulated to the public opinion research community within the Government of Canada and to the marketing research industry across Canada. All relevant aspects of the report's recommendations are being incorporated into the draft documents for the government's new POR contracting tools.

Best Practices in Public Opinion Research: Improving Respondent Cooperation for Telephone Surveys

Also completed in February 2007 was a study identifying best practices for maximizing response rates to federal public opinion research conducted by telephone. The study involved a literature review and interviews with individuals in academia, government and the industry who are involved with and knowledgeable about telephone survey research. It focused on strategies to help ensure that telephone surveys conducted for the Government of Canada achieve the highest possible response rates within the parameters of each study.

The document is intended for use by departments and agencies for their own review and for discussions with research suppliers. It was released to departments and agencies and was made available to the public on the PWGSC website in April 2007. The best practices incorporate guidelines and procedures that should be considered throughout the research study, from the design phase of the project through the reporting phase. The report includes a checklist of best practices for use by departments and agencies, and an assessment of the relative impact of best practices on response rates.

In addition, as part of ongoing efforts to meet departments' and agencies' needs, the Public Opinion Research Directorate carried out a second client satisfaction study in 2006–2007 that indicated an overall satisfaction rating of 89 out of 100 (see p. 15).

Renewal of Public Opinion Research Procurement Instruments

In May 2004, following consultations by Public Works and Government Services Canada with industry associations and departments, a series of standing offers and supply arrangements for POR were introduced. These tools facilitated faster and more efficient access for departments/agencies to the services of proven research suppliers, at competitive prices.

The Communications Procurement Directorate (CPD) works with the Public Opinion Research Directorate to ensure unified and seamless service to departments and agencies. CPD is the sole contracting authority for public opinion research for institutions identified in schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. Before CPD may issue any contract for public opinion research, the research project must first be reviewed by PORD.

During the past fiscal year, preparations were made to put in place new contracting instruments. These will incorporate requirements of the *Federal Accountability Act*, and will meet relevant standards and guidelines emerging from the reports of the Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality and the study of best practices for maximizing response rates to federal public opinion research by telephone. Consultations on creating the new instruments are planned to take place within the federal government, as well as with the marketing research industry.

Public Opinion Research Directorate

The Public Opinion Research Directorate provides a mandatory common service coordinating public opinion research for federal institutions.

PORD provides guidance, offers advice, organizes information sessions, and develops research guides and other publications. These help federal organizations to achieve their research objectives and meet their accountabilities in ensuring the value and quality of the research they undertake.

With the increasing use of public opinion research, the Government of Canada aims for:

- *value for money*, by avoiding duplication of effort; and
- *transparency*, by making completed research available to the public through Library and Archives Canada.

Two PORD units aid departments and agencies with their research needs. They also facilitate the procurement of services, share best practices and research results, and coordinate work across federal organizations.

- **Advisory Services** works closely with research coordinators in departments and agencies, guiding them through the steps in the process of acquiring POR services. The unit offers assistance tailored to the specific needs and objectives of each organization, on topics such as methodology, questionnaire design, legislative and policy requirements, industry standards, procurement methods, and ways of achieving value for money. After reviewing a project determined to be

POR, the assigned advisor issues a registration number and submits the project to the Communications Procurement Directorate, which prepares a contract. In 2006–2007 advisors reviewed, coordinated and registered 562 POR projects.

- **Knowledge Management** fosters partnerships and the sharing of public opinion research across the federal government. The unit develops and manages the online Research Information Management System, prepares the annual report on POR in the Government of Canada, produces research guides and online resources, and organizes information-sharing meetings and training sessions for the POR interdepartmental community of practice. The unit works with a variety of research experts, Statistics Canada, and the Marketing Research and Intelligence Association (see box, p. 14) to build the capacity of POR practitioners within the government, and to raise the level of their knowledge and skills. Knowledge Management also promotes the sharing of research reports. In 2006–2007, 343 final custom research reports were deposited by PORD and contracting departments/agencies with Library and Archives Canada and with the Library of Parliament, in accordance with the *Communications Policy of the Government of Canada*.

The Public Opinion Research Directorate offers the government POR community tools and resources to help federal practitioners in designing and conducting public opinion research projects.

Electronic Project Management Database

The Research Information Management System (RIMS) is an Internet-based database that is used to coordinate public opinion research activities across government. The system enables users to share information on research projects, identify partnership opportunities on horizontal issues and reduce duplication of effort. The database is available to all federal organizations through the PWGSC government portal. Departmental research coordinators are able to submit information for new projects, track project progress and generate reports on departmental POR activities.

The system was promoted and further developed in 2006–2007. For example:

- Training sessions for new users were held throughout the year. A number of new system-generated reports were created to support institutions' needs, such as a Justification/Rationale report.
- A "My Department's Portfolio" feature was added to offer departmental POR coordinators a means to view all the projects being initiated within the POR group in their department.
- The RIMS database now has over 200 registered users.

New System for Managing Research Reports

On August 1, 2006, the *Communications Policy of the Government of Canada* was amended, bringing into force certain provisions of the Federal Accountability Action Plan. The amended Policy establishes a new system for POR contracts awarded on or after August 1, 2006. Within six months of the completion of fieldwork, institutions are responsible for depositing their final research reports with Library and Archives Canada and with the Library of Parliament. Library and Archives Canada has developed a website on which it posts executive summaries of research reports in both official languages, along with contact information and other basic details.

Resources and Publications

- The final report of the Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality was completed in March 2007. The report provides advice and guidance on survey quality standards and benchmarks for public opinion telephone survey research conducted on behalf of the Government of Canada.
- Also in March 2007, PWGSC published *Best Practices in Public Opinion Research: Improving Respondent Cooperation for Telephone Surveys*. Intended for public servants who undertake POR on behalf of the Government of Canada, this is a practical guide to achieving and maintaining high response rates in telephone surveys.

A POR section was developed on the PWGSC Extranet portal. It contains information and tools for departments and agencies, including:

- access to the RIMS database;
- an orientation guide to POR in the Government of Canada;
- information on contracting POR within the government;
- access to POR reports online in Library and Archives Canada's Electronic Collection;
- the *Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality Final Report*, and the study *Best Practices in Public Opinion Research: Improving Respondent Cooperation for Telephone Surveys*;
- annual reports on Government of Canada POR; and
- many other useful resources, links and publications.

The Research Corner is an online newsletter for departmental research coordinators. It highlights new practices, joint government–industry initiatives, recent projects by federal organizations and other issues of interest to the Government of Canada POR community. Two bilingual editions were produced in 2006–2007.

Continuing Good Relations With Industry

In 2003 the Government of Canada, represented by PWGSC, began meeting regularly with the industry as represented by the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA). The result has been a growing and productive working relationship that deals with issues of mutual interest. These include:

- ensuring that all Government of Canada surveys contracted through the POR standing offers and supply arrangements are registered with the MRIA Survey Registration System;
- consultations on research quality;
- identification of best practices in research;
- participation of two MRIA-nominated representatives on the Advisory Panel on Telephone Public Opinion Survey Quality;
- participation in research studies to give voice to wide-ranging matters of concern to the public; and
- development of new courses in public opinion research that are directly relevant to federal government employees.

Building on the reports of the Advisory Panel and the best practices study, the Government of Canada is developing new standards and guidelines for public opinion research. These will help contribute to research quality.

Public Opinion Research Community of Practice

The Public Opinion Research Directorate continued to coordinate and participate in meetings of the federal community of practice and other interdepartmental working groups during the past fiscal year. The community includes POR practitioners from 36 departments and agencies. It met regularly to share information and address issues of common concern, such as survey quality and response rates, procurement issues, emerging research techniques, new survey software, joint initiatives and partnerships, and new legislation and policy requirements. Some of the topics covered included: online panels—lessons learned; a presentation on hybrid qualitative-quantitative methodologies; a Marketing Research and Intelligence Association presentation on industry standards; changes to the *Communications Policy of the Government of Canada*; and implications of the *Federal Accountability Act*.

Learning Activities

For PORD's advisors and the Government of Canada POR community of practice, the Knowledge Management Unit seeks to foster education and capacity-building in public opinion research. In 2006–2007, the unit organized learning sessions on various subjects. They included:

- the Marketing Research and Intelligence Association's standard course on questionnaire design;
- a Statistics Canada course on survey sampling;
- a seminar on scales for questionnaires;
- a seminar on surveys through the Internet, a rapidly growing medium of survey research;
- an introductory course on advertising research; and
- an Internet-based seminar on online qualitative research.

Canada's Marketing Research Industry

The marketing research industry in Canada accounts for almost three quarters of a billion dollars in research activities annually, including \$31.4 million in 2006–2007 with the Government of Canada.

The Canada-wide **Marketing Research and Intelligence Association** counts among its members over 1,800 practitioners, small to large research houses, and private-sector buyers of research services. Its mission is to promote a positive environment in which the industry can operate effectively, to the benefit of the public. Among its products and services are the following:

- rules of professional conduct and ethical practice for its members;
- the Certified Marketing Research Professional (CMRP) designation for marketing researchers;
- the School of Marketing Research, featuring a full slate of courses on all aspects of the subject; and
- the Survey Registration System, which enables the public to verify the legitimacy of a survey, obtain information about the industry and register a complaint against a member of the Association.

Performance Measurement

In 2006–2007 the Public Opinion Research Directorate conducted its second client satisfaction survey. The survey posed a number of questions to the Directorate's clients, who are departmental POR coordinators and other persons responsible for public opinion research projects in the Government of Canada. The questions covered the following topics:

- use of the Directorate's services;
- satisfaction with services provided by the Directorate;
- future requirements for services provided by the Directorate; and
- interest in participating in different types of skills-building activities.

The quantitative survey examined issues related to the quality and usefulness of advice, information sharing and knowledge transfer. It included satisfaction measures of timeliness and accessibility, as well as performance measures of the usefulness of program and service offerings, quality of information, and efficiency of service. Also assessed was the usefulness of POR publications, network meetings, information sessions and products, and the project management database.

The client satisfaction survey involved an online survey of 183 clients of the Public Opinion Research Directorate. Ninety-three clients completed the survey, representing a response rate of 51 percent. Because the survey was based on a self-selected sample, calculation of the margin of error and confidence interval is not appropriate.

On a scale of 0 to 100, the survey found a satisfaction rating of 93 with PORD staff's helpfulness. For both usefulness of the advice offered and for overall satisfaction, the rating was 89 out of 100.

The results will assist the Directorate in improving its services to departments and agencies—particularly by developing educational initiatives, such as information exchange events.

Also in 2006–2007 the Directorate began work on developing service standards that will be implemented over the coming year to better enable the Directorate to serve its clientele.

Trends in Public Opinion Research in the Government of Canada, 2006–2007

Total Projects Coordinated by the Public Opinion Research Directorate



The dollar value of public opinion research (POR) coordinated through the Public Opinion Research Directorate in 2006–2007 was \$31.4 million, up from \$26.8 million the previous year. The 2006–2007 number

of 562 projects is also higher than the previous year, when some projects were not undertaken because research activities had to be suspended during the federal election period.

Notes

Projects contracted in a fiscal year may be carried out over more than one fiscal year.

Numbers presented in the chart for previous years have been adjusted to reflect minor changes made after publication of the 2005–2006 report.

Top Departments and Agencies for Public Opinion Research Coordinated by the Public Opinion Research Directorate

Department/Agency	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
HEALTH CANADA (INCLUDING THE PUBLIC HEALTH AGENCY OF CANADA)*	7,093	101
HUMAN RESOURCES AND SOCIAL DEVELOPMENT CANADA (INCLUDING SERVICE CANADA)**	3,789	67
ENVIRONMENT CANADA	2,044	30
PRIVY COUNCIL OFFICE	1,480	12
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	1,461	16
NATURAL RESOURCES CANADA	1,397	36
INDUSTRY CANADA	1,384	25
DEPARTMENT OF NATIONAL DEFENCE	1,276	21
CANADA REVENUE AGENCY	1,032	25
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	1,029	22

Health Canada has led all departments in the use of public opinion research for several years, reflecting the fact that health care continues to be a top priority for Canadians and the Government of Canada. This trend continued in 2006–2007. Contracts awarded on behalf of Health Canada accounted for 23 percent of the total value of contracts and 18 percent of the total number of projects for the Government of Canada in 2006–2007; this includes the 26 projects undertaken by the Public Health Agency of Canada, with a

contract value of \$2.3 million. Human Resources and Social Development Canada (including Service Canada) ranked second in value of contracts, as it had the previous year. The value of its 67 POR projects was almost \$3.8 million. Eight departments and agencies had research requirements in the range of \$1 million to \$2 million in 2006–2007, compared with seven the previous year.

For highlights of the research undertaken by the largest users of public opinion research, see Chapter 4 (p. 21).

Notes

* Three contract amendments for cancelled projects were issued by the Communications Procurement Directorate after March 31, 2007. They are included here to better represent actual contract values.

** Human Resources and Social Development Canada was created on February 6, 2006, through the consolidation of the former Department of Human Resources and Skills Development and the Department of Social Development. Its POR contracts in 2006–2007 were awarded under the still legal names of its two predecessor departments.

Custom and Syndicated Research

Custom public opinion research is work commissioned for a specific department or agency. The commissioning organization holds the intellectual property rights to reports and other materials generated by the project. It makes these products available to other federal organizations and the public through Library and Archives Canada, and to parliamentarians and the media through the Library of Parliament. Custom research accounts for most of the POR work undertaken by the government.

Syndicated research studies are developed by marketing research firms, which make them available to paying subscribers in the private and public sectors. These off-the-shelf products often contain trend information on various topics. The firms retain copyright and sole responsibility for managing the studies' content. Subscribers are usually prohibited from distributing the information to non-subscribing parties.

Syndicated research is sometimes the most cost-effective option for meeting departmental research needs because the research costs are shared among the subscribers.

In 2006–2007 Foreign Affairs and International Trade Canada led the bulk purchase of *Looking Towards Canada*, a syndicated study of investment conditions in Canada and internationally. Partners in the purchase were other federal departments and the governments of Quebec and Ontario. The study was released in April 2007.

In 2006–2007 the federal government issued contracts worth \$27.5 million for 422 projects in custom research; these accounted for approximately 88 percent of the total contract value of all public opinion research for the fiscal year. Contracts for syndicated studies amounted to \$3.9 million and involved 140 projects.

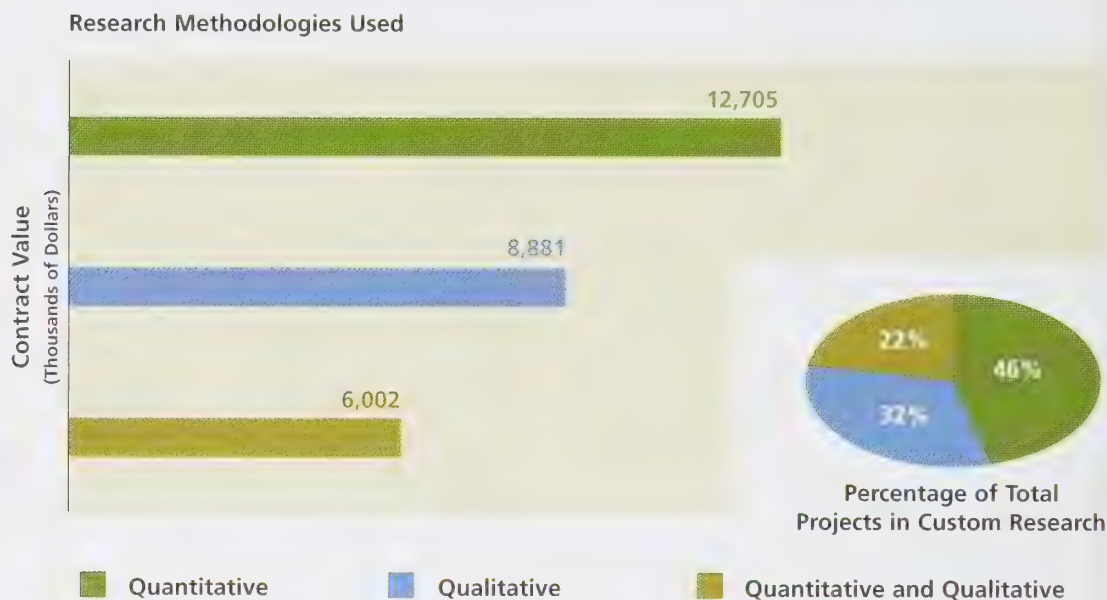
Custom Research Trends by Type of Research, 2004–2007



Policy Development and Program Evaluation represented the largest segment of all custom research in the Government of Canada in 2006–2007, with 40 percent of the total contract value. This was similar to 2005–2006, when research in this field accounted for 38 percent of all custom research. Advertising Initiatives (including advertising tracking and testing, as well as product testing) accounted for 23 percent, and Marketing and Communications Research stood at 21 percent in 2006–2007 compared with 14 percent the previous year.

Research contracted to measure the effectiveness of the Internet decreased to 5 percent from 9 percent the previous year. Research contracted to measure quality of service also decreased slightly, from 11 percent in 2005–2006 to 9 percent in 2006–2007. The shares of different types of research vary from year to year according to the varying needs of institutions. Other research, including questionnaire design, accounted for 2 percent of the total, down from the previous year's 7 percent.

Percentage and Total Contract Value of Projects Based on Research Methodology for Custom Research, 2006–2007



Quantitative research is the collecting of information from some members of a population through structured techniques (surveys), with the aim of drawing conclusions for the total target population. Generally, surveys are based on random sampling. A quantitative approach is typically used when statistical results are required. Forty-six percent of the research undertaken in the fiscal year fell into the category of quantitative research, compared with 45 percent in 2005–2006.

Qualitative research is the collecting of information from some members of a population through unstructured or semi-structured techniques, such as focus groups or interviews. A qualitative

approach is typically used when the research needed is exploratory, in-depth or about very complex issues. The approach allows for looser discussion. In such cases, this will be more effective at meeting research objectives than would an inflexible questionnaire with rigid response categories for each question. Since the research is exploratory, results cannot be projected to the general population. Thirty-two percent of the custom research in 2006–2007 fell into this category, down from 43 percent the previous year.

Projects consisting of both quantitative and qualitative research accounted for the remaining 22 percent of projects undertaken during the fiscal year.

Highlights Of Key Public Opinion Research Projects

For this report, the 10 departments and agencies that were most active in public opinion research (POR) were each invited to present a brief overview of work conducted in the fiscal year. Their contributions follow.

Health Canada

In 2006–2007, Health Canada and the Public Health Agency of Canada continued to make extensive use of public opinion research in developing policy and program initiatives, as well as social marketing and public education campaigns. The information collected helped ensure that the initiatives met the needs of end users or target audiences, including the general public, First Nations and Inuit peoples, health care professionals, non-governmental organizations, and other stakeholders.

Studies explored Canadians' views and experiences related to the environment and their health, particularly issues such as radon, chemicals and a proposed Air Quality Health Index. The Department's anti-tobacco campaign was bolstered through research on second-hand smoke, health warning messages, tobacco industry advertising, and both occasional smokers and "discount" smokers (those who

purchase discount cigarettes). To help Canadians make healthy choices, research was conducted to inform social marketing campaigns on the topic of healthy pregnancy. These campaigns were directed at First Nations and Inuit women, as well as the general population. Research was also undertaken in connection with a revised *Canada's Food Guide* for both the general population and Aboriginal Canadians.

The Department seeks to improve the health status of First Nations and Inuit populations. In support of these efforts, research in 2006–2007 provided valuable insights on issues such as immunization practices, awareness of boil water advisories and reactions to them, healthy pregnancy, and suicide prevention.

Health Canada subscribed to a variety of syndicated studies to gain information and understanding about:

- the current public policy environment, including priorities for the Canadian public;
- various groups within the population, such as youth and seniors; and
- specific health-related issues.

Over the year, the Tobacco Control Programme at Health Canada conducted three projects using less conventional methods of assessing program impact. The Second-Hand Smoke Campaign evaluation surveyed parents who smoked about their knowledge, attitudes and behaviours regarding second-hand smoke in their home. The parents were surveyed prior to the campaign and then the same parents were contacted after the campaign aired. The differences in responses to these two surveys, as well as the differences in responses dependent on exposure to the ads, were used as a means of assessing the impact of the campaign.

A similar longitudinal approach was used to examine the impact of two Internet-based programs intended to help people quit smoking. By collecting data from the same individuals over a period of time, Health Canada was able to assess the programs' short- and medium-term impacts. These methods allowed more reliable assessment of the Department's success in helping Canadians to lead healthier lives.

In 2007–2008, the Department will further investigate attitudes, awareness, knowledge and behaviours in areas such as pandemic preparedness, indoor air and water quality on reserves, food regulations, HIV/AIDS, patient wait time guarantees, and the tobacco retail environment and health warning messages. Research will also support upcoming campaigns on Aboriginal wellness, healthy eating and an anti-drug strategy.

Human Resources and Social Development Canada

Public opinion research at Human Resources and Social Development Canada (HRSDC) supports the Department's policy and program development, as well as its communications activities.

In April 2006, the Department conducted a series of focus groups examining Canadians' views and perceptions on child care issues. The research found that participants of the groups welcomed the new Universal Child Care Benefit. Participants with children indicated that they wanted choice and flexibility in their child care options.

HRSDC also conducted qualitative research among seniors and near-seniors to better understand older Canadians' views on various issues relevant to the Department's mandate. Areas of greatest concern for older Canadians were health care, the cost of living and infrastructure.

In January 2007, the Department conducted the first wave of a tracking survey on public attitudes toward HRSDC policy issues. According to the respondents, the Department's core strengths are promoting literacy, ensuring the sustainability of the Canada Pension Plan and the Old Age Security program, and enabling more Canadians to obtain a post-secondary education.

In early 2007, HRSDC conducted discussion groups and interviews related to the Department's Foreign Credential Recognition program. The research found that prospective and recent immigrants tended to access labour market information infrequently and on an ad hoc basis. It also found that, before coming to Canada, immigrants appeared to focus on priorities other than employment.

In 2007–2008, the Department is planning research on issues related to families, skills development, learning and disabilities. Also planned are subsequent waves of the HRSDC tracking survey.

Service Canada is the Government of Canada's one-stop service delivery network. It conducts public opinion research projects to improve understanding of citizen needs and expectations. The research has various purposes:

- to help assess how Canadians view proposals or possible changes/initiatives;
- to help assess the effectiveness of policies, programs and services;
- to measure progress in improving services;
- to evaluate the effectiveness of advertising and other communications activities; and
- to plan and evaluate marketing and other initiatives.

Service Canada conducts surveys as well as face-to-face discussions. Its research tracks public awareness levels, tests communications materials and ideas, examines new Internet features and ensures that sites are user-friendly, and improves other access channels such as telephone and service centres. For example, a national focus group study in 2006–2007 sought feedback on a series of television, radio and print advertisements designed to raise awareness of Service Canada. Input at the stage of concept development helps ensure that the final product is successful.

In 2007–2008, Service Canada will concentrate on research that promotes organizational objectives such as strengthening citizen-centred service. Plans include major baseline research, such as general awareness and client satisfaction surveys.

Environment Canada

In 2006–2007 environmental issues became the top concern of Canadians, with the result that Environment Canada's public opinion research needs increased. In the past year the Department's research focused on issues such as chemicals and toxic substances, climate change, clean air, and meteorology. Also examined were issues related to ongoing management and human resources efforts within the Department.

Qualitative research tested and refined social marketing efforts used in connection with ecoACTION program initiatives. Other research included internally managed online evaluations of programs, products and services, as well as continued testing of improvements to Environment Canada's online resources. Of particular note, the Meteorological Service of Canada conducted its benchmark Products and Services survey, as well as large-scale research on air quality.

Environment Canada is promoting a new approach to environmental management that recognizes the links between environmental protection, health, economic competitiveness and quality of life. The approach will provide the basis for renewed consultations and collaboration with partners. For support, the Department needed a communications baseline survey that would include both quantitative data

and qualitative focus group feedback. In March 2007, a national telephone survey interviewed a representative sample of 1,200 Canadians aged 18 and older (including an oversample of 200 northern residents). At the same time 10 focus groups were held—2 each in Vancouver, Calgary, Toronto, and Halifax in English, and 2 in Montréal in French. The findings will be used to help make Environment Canada's data, information and knowledge more accessible and understandable to Canadians.

Environment Canada's Air Quality Forecast Program is evolving in line with the Department's new approach. Air quality forecasts will focus increasingly on health and cover more territory. They will be more visible and more frequent. To support the shift, research was required to provide a baseline of public awareness, use, knowledge and perceptions of the Program. For this purpose a national telephone survey was conducted in February and March 2007 with a representative sample of 4,173 Canadians aged 18 and older, or approximately 400 respondents per province. The survey findings will help the Department measure changes in public awareness and use of the air quality forecasts, and will provide highly accurate data for program evaluation.

In 2007–2008, Environment Canada will continue to explore public attitudes on nature, climate change, air quality and water. Initiatives may include surveys of Canadians' views on nature, wildlife and conservation. The Department may also continue research into knowledge, attitudes and behaviours related to air quality forecasts and smog or air quality advisories, the *Species at Risk Act*, and meteorological services to Canadians.

Privy Council Office

The Privy Council Office (PCO) works to ensure that the Prime Minister, the President of the Queen's Privy Council, and Leaders of the House of Commons and the Senate receive the highest-quality, non-partisan, consistent, objective and appropriate policy advice and recommendations.

In fulfillment of this mandate, PCO's Communications and Consultation Secretariat regularly makes use of quantitative, qualitative and syndicated public opinion research.

The Secretariat periodically conducts a Corporate Communication Survey. This is a 20-minute tracking survey of 4,000 Canadians on macro-level issues that are of interest to the government, such as their views on what should be the most important priorities of the government. PCO contracts for the survey fieldwork but itself develops the questionnaire and methodology, and undertakes professional analysis of the research results. In 2006–2007, surveys were conducted in August, December and March.

This survey increases the government's understanding of emerging trends, and measures Canadians' views on key national issues and policy initiatives. The survey provides the government with longitudinal proprietary research and allows for statistically viable analysis on a province-by-province basis. It is an important support for communications and policy advice, reflecting the diverse views and expectations of Canadians across the country.

PCO subscribes to syndicated research to enhance its public environment analysis, supplement data from the Corporate Communication Survey, and track ongoing issues (e.g. national security) and/or particular audiences (e.g. specific demographics).

From time to time, PCO conducts qualitative research to better understand the implications of the findings obtained through ongoing quantitative research. The qualitative research is often in the form of focus group discussions. It is performed to gain a deeper and more nuanced understanding of Canadians' views. In the spring of 2007, PCO conducted public consultations across Canada on Canada's democratic institutions and practices.

Agriculture and Agri-Food Canada

In 2006–2007, Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) implemented a strategic management framework for public opinion research. This includes:

- a forward-looking annual planning process;
- an active POR advisory committee, with representatives from across the Department; and
- time series research with Canadians, producers and the agri-food industry on broad corporate themes, issues and business activities.

AAFC also strengthened its POR advice and coordination function. It actively promoted the current guidelines and procedures and the new legal requirements for public opinion research. It shared research results and best practices, and developed a practical set of tools and checklists. The aim of these efforts was to ensure proactive compliance with the *Communications Policy of the Government of Canada* and the *Federal Accountability Act*.

The research conducted by the Department in 2006–2007 was strongly linked to a number of AAFC business priorities: environment; food safety and quality; business risk management; markets and international; and innovation and renewal.

Custom research studies included the following:

- A Strategic Issues Tracking Survey examined the awareness and attitudes of Canadians and agricultural producers on key issues facing the agricultural sector, as well as priorities of the Department.
- In China and Hong Kong, the “Branding Canada” program conducted research on consumers’ food preferences in support of the Department’s export promotion activities.
- AAFC conducted a set of focus groups with Canadian health groups to better understand how they perceive the relation between food and health.
- AAFC commissioned a second wave of research on consumer perceptions and behaviours related to food safety and quality. Like the first wave, this research was posted on the Internet and is widely consulted by academics, provincial governments and agricultural associations.
- The Department conducted more in-depth research on consumer attitudes and behaviours regarding food quality and organic food, as well as the information sources to which consumers turn to learn about food safety and quality. For this research AAFC adopted both a quantitative approach (using an omnibus survey) and a qualitative approach (using a focus group).

- The Department conducted a research project with producers, examining their farm business management practices and their use of government-sponsored training programs.
- In early 2007 AAFC launched a client satisfaction survey that targeted producers, using the Common Measurement Tool. The aim was to assess and make ongoing improvements to the Department's delivery of programs and services to this key client group.
- AAFC conducted focus groups with farmers and ranchers to reposition its Business Risk Management activities. These programs and services help farmers and ranchers manage the risks inherent in agricultural production.

The Department also purchased a number of syndicated studies to better understand what producers and the public expect of AAFC and the federal government, particularly in the areas of communications (including use of the Internet) and consultations.

Natural Resources Canada

Natural Resources Canada (NRCan) promotes responsible development of natural resources and provides online information to Canadians. In support of its role, the Department used a wide range of public opinion research in 2006–2007.

In the past year, the environment overtook health care as the top concern of Canadians. NRCan devoted much of its public opinion research to provide guidance for programs dealing with environmental issues.

A major focus of research during the year was clean air, which is a priority of the Department and the entire Government of Canada. Surveys were conducted on ethanol fuel promotion, hydrogen and fuel cell technology, vehicle efficiency, nuclear energy as a green source of electricity, and light-emitting diode (LED) lighting purchases. Research also examined other NRCan priorities, such as “smarter, faster” regulations, strengthening Canada's mining industry, and forestry competitiveness.

In fall 2006, qualitative research sought marketplace feedback about proposed names and taglines for Canada's new energy efficiency action plan. The Department conducted focus groups in Vancouver, Halifax and Montréal. The results showed that the name “ecoENERGY” most clearly communicated the intended message. This was the name eventually given to the plan, which provides Canadians with tools and know-how for using less energy, curbing greenhouse gas emissions and helping to reduce smog. The clean energy branding became part of the federal government's broader environmental agenda.

NRCan will continue to employ public opinion research in support of its policy and programs in 2007–2008. It plans greater focus on client satisfaction and performance measurement activities.

As always, NRCan will invest where appropriate in subscription and syndicated research to enhance public environment analysis and allow cost-effective investigation into the opinions of specialized audiences.

Industry Canada

Industry Canada's public opinion research supports the development and implementation of departmental policies, programs and services for individual Canadians and entrepreneurs. The Department undertook a number of qualitative and quantitative POR projects in 2006–2007. These included evaluation of advertising and outreach campaigns, client satisfaction and service improvement studies, and evaluation of websites and electronic tools.

During the year, for the third time the Department conducted its Industry Canada Studies—Business and General Public Waves. The aim was to gauge the views of individual Canadians and businesses regarding Industry Canada's priorities and performance, especially as they relate to government efforts to promote research and development and science and technology. This current study

builds on the two earlier research waves. It tracks attitudinal changes over time while exploring new issues.

In 2007–2008, the Department plans to pursue its syndicated research program, while undertaking customized research in the areas of client satisfaction, service improvement, website development and website evaluation. Industry Canada will continue to investigate Canadians' views and awareness of mass marketing fraud and related issues. With other departments and agencies, it will explore key issues affecting Canadian entrepreneurs, including science and technology and reducing paper burden.

Department of National Defence

In 2006–2007, the Department of National Defence (DND) again undertook numerous public opinion research initiatives.

The Department subscribed to syndicated studies to gain a broad understanding of the evolving public landscape, particularly in the area of security.

DND's custom research projects dealt with three main areas:

- understanding views on the Canadian Forces mission in Afghanistan;
- profiling young Canadians to guide the Forces' recruitment efforts; and
- measuring the effectiveness of advertising campaigns for recruitment.

The Department gives highest importance to tracking Canadians' views on the mission in Afghanistan. During the year, views evidently were evolving rapidly as media coverage intensified and arguments were articulated for and against the mission.

What was needed was a research platform allowing for unbiased, consistent and regular measurement of public support for the mission. This was provided by the Weekly Afghanistan Tracking Survey—a 26-week telephone survey measuring knowledge of the mission and support for it. DND's partners in the study were

the Canadian International Development Agency (CIDA) and Foreign Affairs and International Trade Canada (DFAIT). Among other things, the survey sought to assess the impact that knowledge of diplomatic and development activities in Afghanistan had on support for the mission.

As part of this study, DND also assessed whether activities in Afghanistan had an impact on recruitment. This was of interest particularly because of plans to expand the size of the Regular Force by 13,000 and the Reserve Force by 10,000.

The plans also led to efforts to create a comprehensive and current psychographic and demographic profile of the target population for recruitment. Other projects pretested the recruitment advertising campaign's creative elements and measured the effectiveness of advertisements.

In 2007–2008, DND will continue to monitor Canadians' views about security issues and the role of the Canadian Forces. With CIDA and DFAIT, the Department will again track Canadians' perceptions about the mission in Afghanistan. The Department of National Defence will also monitor the effectiveness of recruitment efforts and assess the success of public outreach activities.

Canada Revenue Agency

In 2006–2007, the Canada Revenue Agency (CRA) focused its public opinion research on its programs and services for the public. During the year the CRA ran its second Annual Corporate Survey, which examines what individual Canadians think about the CRA as a whole. The second survey provided data for comparison with the previous year's findings. The Corporate Survey will be conducted for a third time in 2007. This should allow longer-term trends to emerge.

The CRA continued to evaluate its electronic services for the public and particularly businesses. To determine business preferences, the Agency conducted usability testing of pages of the "My Business Account" section of its website. For the fourth consecutive year, the CRA also surveyed users of the website. This year the study shifted its focus from individuals to businesses, exploring how they use various online features and how satisfied they are with the site.

Other research during the year explored Canadians' knowledge, motivations and attitudes with regard to tax compliance issues. Another series of projects investigated current perceptions of the "CRA brand." The information was used to update the Agency's corporate communications materials and activities.

A number of projects initiated in the past year will reach completion in 2007–2008. These include further examination of electronic services such as "My Account" and how information is organized on the CRA website. The studies target both individual taxpayers and businesses. The Agency will also complete testing of its new benefit forms and its research on Canadians' views of compliance issues.

Foreign Affairs and International Trade Canada

Foreign Affairs and International Trade Canada (DFAIT) uses public opinion research to track Canadians' views, attitudes, opinions and values concerning international affairs. During 2006–2007, the Afghanistan file was the dominant issue. DFAIT collaborated with the Department of National Defence and the Canadian International Development Agency on DND's quantitative tracking research (see p. 28), while taking the lead on qualitative research to test key Government of Canada themes and messages.

Public opinion research was also conducted to evaluate programs such as electronic communications, Canada as a destination for foreign students, and consular and trade commissioner services.

For example, during the past year, DFAIT conducted research to assess its Consular Affairs outreach tools and the reference material it produces for travellers and travel professionals. The research also tested key messaging with main target audiences, and appraised whether travel agents view the information provided as useful and whether they agree to disseminate that information to their clients. Overall, respondents to the travellers survey regard the government-provided information on international travel as highly credible, particularly regarding safety and security issues, but they do not commonly use or see it as a primary information source for travellers.

The Department conducted short surveys on the Israel–Lebanon conflict, Canadian perceptions of Russia, the resolution of the softwood lumber dispute and Canadian attitudes toward global issues. Finally, the Department revived its International Trade Tracking Survey after a three-year hiatus.

With DND and CIDA as partners, in 2006–2007 the Department commissioned a study entitled *Public Perceptions of Canada’s Role in Afghanistan*. This qualitative study included 14 focus groups conducted in urban and rural areas across Canada. It was designed to inform policy and help departmental communicators understand the public environment in which they operate.

The research was intended to identify the factors that underlie views of Canada’s involvement in Afghanistan. These include:

- understanding of the role played by Canada and the Canadian Forces in Afghanistan;
- reactions to key themes and messages appearing in the media during the preceding months;
- reactions to new key themes and messages;
- reactions to facts about the mission; and
- the impact that additional information had on the views of participants.

Afghanistan will remain at the forefront of the government’s foreign policy in coming months, with the continuing presence of Canadian military personnel and the activities of provincial reconstruction teams.

Other future requirements will include another follow-up evaluation of consular services outreach tools, another wave of the International Trade Tracking Survey, a follow-up study to the Virtual Trade Commissioner Client Survey, the sixth wave of the Departmental Communications Survey, and usability testing of certain DFAIT-managed websites (including the Canada International and missions websites) and assessment of their compliance with the Treasury Board Common Look and Feel standards.

Research Firms

Research Firms With the Highest Business Volumes

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	6,053	103
IPSOS REID	5,503	89
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	4,170	59
DECIMA RESEARCH	2,708	44
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES INC.	2,619	47
THE STRATEGIC COUNSEL	1,906	27
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1,435	31
CRÉATEC +	1,159	18
TNS CANADIAN FACTS	1,082	20
COMPAS	891	1

In 2006–2007 the Government of Canada used the services of 66 research firms to fulfill its public opinion research needs, for both custom research and syndicated studies. EKOS Research Associates was the most active research supplier in terms of

number of projects (103) as well as contract value (\$6 million). Ipsos Reid was the second most active, with 89 projects and an approximate contract value of \$5.5 million.

For a listing of all the firms, see Appendix II (p. 38).

Highest Business-Volume Research Firms for Custom Research

Firm	Contract Value	Number of Projects
	(Thousands of dollars)	
IPSOS REID	4,783	63
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	4,311	52
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,659	36
DECIMA RESEARCH	2,705	43
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES INC.	2,452	39
THE STRATEGIC COUNSEL	1,906	27
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1,407	28
CRÉATEC +	1,160	18
TNS CANADIAN FACTS	1,082	20
COMPAS	891	1

Ipsos Reid had the most custom research projects (63) in 2006–2007, with the value of its contracts amounting to close to \$4.8 million. Second was EKOS Research Associates, which undertook 52 custom

research projects valued at \$4.3 million. In third place was Environics Research Group, with 36 custom research projects valued at over \$3.6 million.

Highest Business-Volume Research Firms for Syndicated Studies

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	1,743
IPSOS REID	720
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	511
INSTITUTE FOR CITIZEN-CENTRED SERVICE	212
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES INC.	167
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	98
CANADIAN MEDIA RESEARCH CONSORTIUM	64
INNOVATIVE RESEARCH GROUP INC.	63
MCAILLISTER OPINION RESEARCH	50
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	45

Government departments and agencies subscribed to syndicated studies undertaken by 20 different research firms during 2006–2007. EKOS Research Associates' syndicated studies ranked first in contract value at over \$1.7 million. Its studies included *The Security Monitor*, *Rethinking Government* and *Rethinking Science and Society*. Ipsos Reid ranked second during the fiscal year, with contracts totalling

\$720,000. Studies included *Trend Reports* and *Looking Towards Canada Volume 2*. Environics Research Group was the third most active supplier of syndicated studies in 2006–2007, with a total contract value of \$511,000. Its studies included *North of 60* and *Remote Community Monitor* and *Canadian Environmental Barometer*.

For a thematic overview of syndicated studies, see Appendix III (p. 41).

For More Information

This report provides an overview of public opinion research activities in the Government of Canada during the fiscal year 2006–2007.

If you have any comments or questions, please contact us:

Public Opinion Research Directorate

Consulting, Information and Shared Services Branch
Public Works and Government Services Canada
155 Queen Street, 5th Floor
Ottawa, Ontario
K1A 0S5

T 613-992-8545

F 613-947-1818

E-mail por-rop@pwgsc.gc.ca

Web www.pwgsc.gc.ca/por/text/rpt06-07-01-e.html

Appendices



Appendix One

Listing of Departments and Agencies Engaged in Public Opinion Research, 2006–2007

Department/Agency	Number of Projects	Contract Value <small>(Thousands of dollars)</small>
HEALTH CANADA (INCLUDING THE PUBLIC HEALTH AGENCY OF CANADA)*	101	7,093
HUMAN RESOURCES AND SOCIAL DEVELOPMENT CANADA (INCLUDING SERVICE CANADA)**	67	3,789
ENVIRONMENT CANADA	30	2,044
PRIVY COUNCIL OFFICE	12	1,479
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	16	1,461
NATURAL RESOURCES CANADA	36	1,397
INDUSTRY CANADA	25	1,384
DEPARTMENT OF NATIONAL DEFENCE	21	1,276
CANADA REVENUE AGENCY	25	1,032
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	22	1,029
CITIZENSHIP AND IMMIGRATION CANADA	16	902
FINANCE CANADA	13	823
PARKS CANADA	23	773
PUBLIC SAFETY AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA	14	761
PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA	18	697
DEPARTMENT OF JUSTICE CANADA	14	637
TRANSPORT CANADA	13	587
CANADIAN HERITAGE	10	512
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	10	444
VETERANS AFFAIRS CANADA	4	401
CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY	9	283
ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE	4	262

Listing of Departments and Agencies Engaged in Public Opinion Research, 2006–2007 (continued)

Department/Agency	Number of Projects	Contract Value
		(Thousands of dollars)
INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS CANADA	7	254
FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA	5	226
CANADA BORDER SERVICES AGENCY	2	225
FISHERIES AND OCEANS CANADA	4	221
STATISTICS CANADA	3	201
OFFICE OF THE PRIVACY COMMISSIONER OF CANADA	4	165
PUBLIC SERVICE COMMISSION	2	149
OFFICE OF THE SUPERINTENDENT OF FINANCIAL INSTITUTIONS	2	122
NATIONAL RESEARCH COUNCIL CANADA	1	101
CANADIAN INSTITUTES OF HEALTH RESEARCH	3	94
PASSPORT CANADA	1	81
INFRASTRUCTURE CANADA	2	88
PUBLIC SERVICE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AGENCY OF CANADA	1	88
CANADIAN SECURITY INTELLIGENCE SERVICE	3	75
CANADIAN SPACE AGENCY	2	52
ATLANTIC CANADA OPPORTUNITIES AGENCY	4	45
FINANCIAL TRANSACTIONS AND REPORTS ANALYSIS CENTRE OF CANADA	2	37
CANADIAN RADIO-TELEVISION AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION	3	28
SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCH COUNCIL	1	27
COMMISSION FOR PUBLIC COMPLAINTS AGAINST THE RCMP	1	25
CANADIAN HUMAN RIGHTS COMMISSION	1	20
OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES	2	17
SUPREME COURT OF CANADA	1	11
WESTERN ECONOMIC DIVERSIFICATION CANADA	1	10
CANADIAN INTERNATIONAL DEVELOPMENT AGENCY	1	7
OFFICE OF THE SECRETARY TO THE GOVERNOR GENERAL	1	7

* Three contract amendments for cancelled projects were issued by the Communications Procurement Directorate after March 31, 2007. They are included here to better represent actual contract values.

** Human Resources and Social Development Canada was created on February 6, 2006, through the consolidation of the former Department of Human Resources and Skills Development and the Department of Social Development. Its public opinion research contracts in 2006–2007 were awarded under the still legal names of its two predecessor departments.

Appendix Two

Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2006–2007

Appendices II, III and IV contain official names of research firms. Their business names are used in the text of this report for conciseness.

Firm	Number of Projects	Contract Value
		(Thousands of dollars)
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	103	6,053
IPSOS REID CORPORATION	89	5,503
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	59	4,170
DECIMA RESEARCH*	44	2,708
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES INC.*	47	2,619
THE STRATEGIC COUNSEL	27	1,906
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES INC.	31	1,435
CRÉATEC +	18	1,160
TNS CANADIAN FACTS	20	1,082
COMPAS INC.	1	891
WESTERN OPINION RESEARCH INC.	12	629
SAGE RESEARCH CORPORATION*	12	460
ROYAL CANADIAN LEGION	1	316
INSTITUTE FOR CITIZEN-CENTRED SERVICE	5	212
PHASE 5 CONSULTING GROUP INC.	8	173
MILLWARD BROWN GOLDFARB	2	158
R.A. MALATEST & ASSOCIATES LTD.	1	158
FLEISHMAN-HILLARD	5	152
POLLARA INC.	7	147
ALDERSON-GILL & ASSOCIATES CONSULTING INC.	1	120

Firm	Number of Projects	Contract Value
		(Thousands of dollars)
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	4	112
THE ANTIMA GROUP	5	110
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS INC.	3	108
D-CODE	3	75
LÉGER MARKETING	1	67
CANADIAN MEDIA RESEARCH CONSORTIUM	1	64
INNOVATIVE RESEARCH GROUP INC.	2	63
DATAPATH SYSTEMS	1	59
MCALLISTER OPINION RESEARCH	3	50
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	3	45
CIRCUM NETWORK INC.	2	32
TRAFFIC INJURY RESEARCH FOUNDATION	1	32
LINE COMMUNICATIONS INC.	1	31
CANADIAN COUNCIL OF FOOD AND NUTRITION	1	27
JWT EDUCATION	1	25
FRASER BASIN COUNCIL SOCIETY	1	25
FAIR FINDINGS INC.	1	25
ASCENTUM INC.	1	25
INQUEST CONSUMER INSIGHTS & PLANNING LTD.	1	25
NEO INSIGHT INC.	1	25
STRATOS INC.	1	25
OPINION IMPACT INC.	1	25
ENVIRONMENTAL & MANAGEMENT CONSULTING – 1270665 ONTARIO INC.	1	24

Listing of Research Firms Engaged in Public Opinion Research, 2006–2007 (continued)

Firm	Number of Projects	Contract Value <small>(Thousands of dollars)</small>
STRATÉGIE ORGANISATION ET MÉTHODE (SOM) INC.	1	23
DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE INC.	2	22
SQM GROUP INC.	1	21
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	1	20
DELTA MEDIA INC.	1	19
DESROSIERS AUTOMOTIVE CONSULTANTS INC.	2	19
SES CANADA RESEARCH INC.	2	19
GLOBESCAN	3	19
TERRACHOICE ENVIRONMENTAL MARKETING INC.	1	16
SATISFACTS RESEARCH GROUP	1	14
LBC CONSULTING SERVICES	2	12
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	1	12
ACNIELSEN	1	11
CANADA WEST FOUNDATION	1	11
MARITZ RESEARCH	1	10
SYNOVATE LIMITED	1	10
THE INTERSOL GROUP	1	9
GAYNOR LePAGE	1	8
CARLETON UNIVERSITY, DEPARTMENT OF LAW	1	8
CANADIAN DENTAL HYGIENISTS ASSOCIATION	1	7
RECONNAISSANCE MANAGEMENT CONSULTING GROUP INC.	1	5
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES INC.	1	3
AERIXON RESEARCH & COMMUNICATIONS	1	3

* Three contract amendments for cancelled projects were issued by the Communications Procurement Directorate after March 31, 2007. They are included here to better represent actual contract values.

Appendix Three

Thematic Overview of Syndicated Studies, 2006–2007

The Government of Canada subscribed to syndicated studies that dealt with a variety of issues. Below is an overview of these studies by theme.

National Public Opinion Overviews

3SC Social Values Monitor
(CROP—Centre de recherche sur l'opinion publique/Environics Research Group)
Focus Canada
(Environics Research Group)
Canadian Environmental Monitor
(GlobeScan)
Rethinking Citizen Engagement
(EKOS Research Associates)
Canada This Month
(Innovative Research Group Inc.)
Rethinking Government
(EKOS Research Associates)
The Ipsos Trend Report Canada
(Ipsos Reid Corporation)
The Environmental Monitor
(McAllister Opinion Research)
Canadian SME Report
(Corporate Research Associates Inc.)
Canadian Environmental Barometer
(Environics Research Group)

Regional Reports

The Atlantic Quarterly
(Corporate Research Associates Inc.)
North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)
CROP-Express
(CROP—Centre de recherche sur l'opinion publique)
Trend Report: British Columbia
(Ipsos Reid Corporation)
Looking West 2007
(Canada West Foundation)

International Issues

Corporate Social Responsibility Monitor
(GlobeScan)
Rethinking North America: The Road Ahead
(EKOS Research Associates)
Rethinking Energy and Sustainable Development
(EKOS Research Associates)
Canada's Influence in the World
(GlobeScan)
Looking Towards Canada Volume 2
(Ipsos Reid Corporation)

Health Issues

Health Insider

(IBM Business Consulting Services)

fitVox 2007

(Decima Research)

Tracking Nutrition Trends VI

(Canadian Council of Food and Nutrition)

The Road Safety Monitor

(Traffic Injury Research Foundation
of Canada)

Environmental Issues

Survey of Sustainability Experts

(GlobeScan)

The Ipsos Analyst: Natural Resources,

Environment and Public Opinion

(Ipsos Reid Corporation)

DesRosiers Light Vehicle Study

(DesRosiers Automotive Consultants Inc.)

Canadian Environmental Monitor

(GlobeScan)

The Environmental Monitor

(McAllister Opinion Research)

Canadian Environmental Barometer

(Environics Research Group)

Society

First Nations People On-Reserve

(EKOS Research Associates)

Rethinking Science and Society

(EKOS Research Associates)

Reconnecting Government With Youth

(Ipsos Reid Corporation)

Canada 2020

(Fleishman-Hillard)

Citizen First 5

(Institute for Citizen-Centred Service)

3SC Social Values Monitor

(CROP—Environics Research Group)

Rethinking Canada's Aging Population

(EKOS Research Associates)

Diversity in Canada

(Solutions Research Group)

High Technology, Innovation and Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report

(Ipsos Reid Corporation)

Rethinking the Information Highway

(EKOS Research Associates)

Answering the Call: Improving the

Telephone Channel for Canadians

(Institute for Citizen-Centred Service)

Canadian Internet Project

(Canadian Media Research Consortium)

Internet Access and Profile

(Ipsos Reid Corporation)

Security

The Security Monitor

(EKOS Research Associates)

The Road Safety Monitor

(Traffic Injury Research Foundation
of Canada)

Business/Economic Issues

Corporate Connection

(Phoenix Strategic Perspectives Inc.)

The Ipsos Analyst Quarterly Financial Services

(Ipsos Reid Corporation)

Taking Care of Business 2

(Institute for Citizen-Centred Service)

Canadian Business Media Relations Review

(Ipsos Reid Corporation)

2006 Cereal Trends Watch

(Ipsos Reid Corporation)

Looking Towards Canada Volume 2

(Ipsos Reid Corporation)

E-Business in Agriculture

(Ipsos Reid Corporation)

Marketing/Communications

Diversity in Canada

(Solutions Research Group)

Appendix Four

Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

The Communications Procurement Directorate of Public Works and Government Services Canada, in collaboration with the Public Opinion Research Directorate, has established a series of contracting tools in support of national public opinion research requirements. The tools were established using a competitive process.

Standing Offers 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research
- EKOS Research Associates
- Environics Research Group
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- Sage Research Corporation
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research Inc.

Series B—Quantitative Research

- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research
- EKOS Research Associates
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research
- EKOS Research Associates
- Environics Research Group
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Supply Arrangements 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research
- EKOS Research Associates
- Environics Research Group
- Fleishmann-Hillard
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants Inc.
- Phase 5 Consulting Group Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- R. A. Malatest & Associates Ltd.
- Sage Research Corporation
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Vision Research Inc.
- Western Opinion Research Inc.

Series B—Quantitative Research

- Cogem Recherche inc.
- Compas Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Corum Research
- Decima Research
- EKOS Research Associates
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Ipsos Reid Corporation
- Jolicoeur & Associés
- Léger Marketing
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Group Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- R. A. Malatest & Associates Ltd.
- SES Canada Research Inc.
- Stratégie Organisation et Méthode (SOM) Inc.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research
- EKOS Research Associates
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Group Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- R. A. Malatest & Associates Ltd.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Standing Offers, 2004–2007

Standing offers can be used for projects not exceeding \$200,000 (GST/HST included). These contracting tools enable departments and agencies to obtain public opinion research services in an efficient and effective manner with qualified research firms, at predetermined prices, terms and conditions. They are to be used primarily for straightforward or time-sensitive research projects.

Supply Arrangements, 2004–2007

Supply arrangements allow for competitions among all suppliers for projects not exceeding \$400,000 (GST/HST included). These tools are to be used primarily for complex projects requiring customized research approaches.

To review Standing Offers and/or Supply Arrangement documents, go to the Business Access Canada website:

<http://contractscanada.gc.ca>

Notes

Notes

Série C — Recherche qualitative ou quantitative

- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima
- Les Associés de recherche EKOS
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Group Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- R.A. Malatest & Associates Ltd.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Offres à commandes de 2004 à 2007

On peut employer les offres à commandes pour des projets ne dépassant pas 200 000 \$ (TPS et TVH comprises). Ces outils de passation de marchés permettent aux ministères et aux organismes d'obtenir des services de recherche sur l'opinion publique de façon efficace et efficiente auprès de sociétés de recherche généralistes prédéterminées. On s'en sert principalement pour réaliser des projets simples ou des projets dont le délai de livraison est critique.

Arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

Les arrangements en matière d'approvisionnement favorisent la concurrence entre tous les fournisseurs quand il s'agit de projets ne dépassant pas 400 000 \$ (TPS et TVH comprises). Ces outils servent principalement en cas de projets complexes exigeant des approches de recherche personnalisée.

Pour consulter des documents sur les offres à commandes ou les arrangements en matière d'approvisionnement, rendez-vous sur le site Web d'Accès entrepris Canada à l'adresse suivante : <http://contratscanada.gc.ca>

Arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

Série A — Recherche qualitative

- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima
- Les Associés de recherche EKOS
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants Inc.
- Phase 5 Consulting Group Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- R.A. Malatest & Associates Ltd.
- Sage Research Corporation
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Vision Research Inc.
- Western Opinion Research Inc.

Série B — Recherche quantitative

- Cogem Recherche inc.
- Compas Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Corum Research
- Centre de recherche Décima
- Les Associés de recherche EKOS
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Ipsos Reid Corporation
- Jolicoeur & Associés
- Léger Marketing
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Group Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- R.A. Malatest & Associates Ltd.
- SES Canada Research Inc.
- Stratégie Organisation et Méthode (SOM) inc.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Offres à commandes et arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

La Direction de l'approvisionnement en communications de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, en collaboration avec la Direction de la recherche en opinion publique, a établi une série d'outils de passation des marchés pour répondre aux besoins en recherche nationale sur l'opinion publique. Ces outils ont été établis à l'aide d'un processus concurrentiel.

Offres à commandes de 2004 à 2007

Série A — Recherche qualitative

- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima
- Les Associés de recherche EKOS
- Environics Research Group
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Patterson, Langlois Consultants Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- Sage Research Corporation
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research Inc.

Série B — Recherche quantitative

- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima
- Les Associés de recherche EKOS
- Environics Research Group
- Fleishman-Hillard
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Série C — Recherche qualitative ou quantitative

- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima
- Les Associés de recherche EKOS
- Environics Research Group
- Ipsos Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec + Millward Brown Goldfarb
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- POLLARA Inc.
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Enjeux relatifs à la santé

Health Insider

(IBM Business Consulting Services)

fitVox 2007

(Centre de recherche Décima)

Nutrition : évolution et tendances VI

(Conseil canadien des aliments

et de la nutrition)

The Road Safety Monitor

(Fondation de recherches sur les

blesssures de la route au Canada)

Enjeux relatifs à l'environnement

Survey of Sustainability Experts

(GlobeScan)

The Ipsos Analyst: Natural Resources,

Environment and Public Opinion

(Ipsos Reid Corporation)

DesRosiers Light Vehicle Study

(DesRosiers Automotive Consultants Inc.)

Canadian Environmental Monitor

(GlobeScan)

The Environmental Monitor

(McAllister Opinion Research)

Baromètre canadien sur l'environnement

(Environics Research Group)

Société

Premières nations vivant dans les réserves

(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Science and Society

(Les Associés de recherche EKOS)

Reconnecting Government With Youth

(Ipsos Reid Corporation)

Canada 2020

(Fleishman-Hillard)

Les citoyens d'abord 5

(L'Institut des services axés sur les citoyens)

The 3SC Social Values Monitor

(CROP — Centre de recherche sur l'opinion

publique/Environics Research Group)

Rethinking Canada's Aging Population

(Les Associés de recherche EKOS)

Diversity in Canada

(Solutions Research Group)

Haute technologie, innovation

et Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report

(Ipsos Reid Corporation)

Rethinking the Information Highway

(Les Associés de recherche EKOS)

Answering the Call: Improving the

Telephone Channel for Canadians

(L'Institut des services axés sur les citoyens)

Projet Internet Canada

(Consortium Canadien de Recherche

sur les Médias)

Internet Access and Profiles

(Ipsos Reid Corporation)

Sécurité

The Security Monitor

(Les Associés de recherche EKOS)

The Road Safety Monitor

(Fondation de recherches sur

les blessures de la route au Canada)

Affaires et questions

d'ordre économique

Corporate Connection

(Phoenix Strategic Perspectives Inc.)

The Ipsos Analyst Quarterly Financial Services

(Ipsos Reid Corporation)

L'Accent sur les entreprises 2

(L'Institut des services axés sur les citoyens)

Canadian Business Media Relations Review

(Ipsos Reid Corporation)

2006 Cereal Trends Watch

(Ipsos Reid Corporation)

Looking Towards Canada Volume 2

(Ipsos Reid Corporation)

E-Business in Agriculture

(Ipsos Reid Corporation)

Marketing et communications

Diversity in Canada

(Solutions Research Group)

Aperçu thématique des études multiclientes en 2006-2007

Le gouvernement du Canada s'est abonné à des études multiclientes portant sur diverses questions. Un aperçu de ces études se trouve ci-dessous. Elles sont regroupées par thème.

Aperçus de l'opinion publique nationale

The 3SC Social Values Monitor
(CROP — Centre de recherche sur l'opinion publique/Environics Research Group)
Focus Canada
(Environics Research Group)
Canadian Environmental Monitor
(GlobeScan)

Rethinking Citizen Engagement
(Les Associés de recherche EKOS)

Canada This Month
(Innovative Research Group Inc.)
Rethinking Government
(Les Associés de recherche EKOS)

The Ipsos Trend Report Canada
(Ipsos Reid Corporation)
The Environmental Monitor
(McAllister Opinion Research)

Canadian SME Report
(Corporate Research Associates Inc.)
Baromètre canadien sur l'environnement
(Environics Research Group)

Rapports régionaux

The Atlantic Quarterly
(Corporate Research Associates Inc.)
North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)
CROP-Express
(CROP — Centre de recherche sur l'opinion publique)

Trend Report: British Columbia
(Ipsos Reid Corporation)
Looking West 2007
(Canada West Foundation)

Enjeux internationaux

Corporate Social Responsibility Monitor
(GlobeScan)
Rethinking North America: The Road Ahead
(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Energy and Sustainable Development
(Les Associés de recherche EKOS)
Canada's Influence in the World
(GlobeScan)

Looking Towards Canada Volume 2
(Ipsos Reid Corporation)

Société **Nombre de projets** **Valeur du marché**
(en milliers de dollars)

STRATÉGIE ORGANISATION ET MÉTHODE (SOM) INC.	1	23
DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE INC.	2	22
SQM GROUP INC.	1	21
Goss, Gilroy & Associates	1	20
DELTA MEDIA INC.	1	19
DESROSIERS AUTOMOTIVE CONSULTANTS INC.	2	19
SES CANADA RESEARCH INC.	2	19
GLOBESCAN	3	19
TERRACHOICE ENVIRONMENTAL MARKETING INC.	1	16
SATISFACTS RESEARCH GROUP	1	14
LBC CONSULTING SERVICES	2	12
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	1	12
ACNIELSEN	1	11
CANADA West FOUNDATION	1	11
MARITZ RESEARCH	1	10
SYNOVATE LIMITED	1	10
Le GROUPE INTERSOL	1	9
GAYNOR LePAGE	1	8
CARLETON UNIVERSITY, DEPARTMENT OF LAW	1	8
ASSOCIATION CANADIENNE DES HYGIÉNISTES DENTAIRES	1	7
RECONNAISSANCE MANAGEMENT CONSULTING GROUP INC.	1	5
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES INC.	1	3
AERIXON RESEARCH & COMMUNICATIONS	1	3

*Après le 31 mars 2007, la Direction de l'approvisionnement en communications a émis trois modifications au contrat pour des projets annulés; elles sont comprises dans ce montant pour mieux représenter les valeurs réelles du contrat.

Société	Nombre de projets	Valeur du marché (en milliers de dollars)
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	4	112
LE GROUPE ANTIMA	5	110
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS INC.	3	108
D-CODE	3	75
LÉGER MARKETING	1	67
CONSORTIUM CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES MÉDIAS	1	64
INNOVATIVE RESEARCH GROUP INC.	2	63
DATAPATH SYSTEMS	1	59
MCALLISTER OPINION RESEARCH	3	50
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	3	45
RÉSEAU CIRCUM INC.	2	32
FONDATION DE RECHERCHES SUR LES BLESSURES DE LA ROUTE AU CANADA	1	32
LINE COMMUNICATIONS INC.	1	31
CONSEIL CANADIEN DES ALIMENTS ET DE LA NUTRITION	1	27
JWT EDUCATION	1	25
FRASER BASIN COUNCIL SOCIETY	1	25
FAIR FINDINGS INC.	1	25
ASCENTUM INC.	1	25
INQUEST CONSUMER INSIGHTS & PLANNING LTD.	1	25
NEO INSIGHT INC.	1	25
STRATOS INC.	1	25
OPINION IMPACT INC.	1	25
ENVIRONMENTAL & MANAGEMENT CONSULTING — 1270665 ONTARIO INC.	1	24

Liste des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2006-2007

Les annexes II, III et IV comprennent la dénomination sociale des sociétés de recherche, alors que leur nom commercial est utilisé dans le texte du présent rapport pour plus de concision.

Société	Nombre de projets	Valeur du marché (en milliers de dollars)
---------	-------------------	---

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	103	6 053
IPSON REID CORPORATION	89	5 503
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	59	4 170
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA*	44	2 708
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES INC. *	47	2 619
THE STRATEGIC COUNSEL	27	1 906
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES INC.	31	1 435
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	18	1 160
TNS CANADIAN FACTS	20	1 082
COMPAS INC.	1	891
WESTERN OPINION RESEARCH INC.	12	629
SAGE RESEARCH CORPORATION*	12	460
LÉGION ROYALE CANADIENNE	1	316
L'INSTITUT DES SERVICES AXÉS SUR LES CITOYENS	5	212
PHASE 5 CONSULTING GROUP INC.	8	173
MILLWARD BROWN GOLDFARB	2	158
R.A. MALATEST & ASSOCIATES LTD.	1	158
FLEISHMAN-HILLARD	5	152
POLLARA INC.	7	147
ALDERSON-GILL & ASSOCIATES CONSULTING INC.	1	120

Ministère ou organisme **Nombre de projets** **Valeur du marché**
(en milliers de dollars)

AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	7	254
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	5	226
AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA	2	225
PÊCHES ET OcéANS CANADA	4	221
STATISTIQUE CANADA	3	201
COMMISSARIAT À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA	4	165
COMMISSION DE LA FONCTION PUBLIQUE	2	149
BUREAU DU SURINTENDANT DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES	2	122
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA	1	101
INSTITUTS DE RECHERCHE EN SANTÉ DU CANADA	3	94
PASSEPORT CANADA	1	81
INFRASTRUCTURE CANADA	2	88
AGENCE DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	1	88
DE LA FONCTION PUBLIQUE DU CANADA		
SERVICE CANADIEN DU RENSEIGNEMENT DE SÉCURITÉ	3	75
AGENCE SPATIALE CANADIENNE	2	52
AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	4	45
CENTRE D'ANALYSE DES OPÉRATIONS ET DÉCLARATIONS FINANCIÈRES DU CANADA	2	37
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	3	28
CONSEIL DE RECHERCHES EN SCIENCES HUMAINES	1	27
COMMISSION DES PLAINTES DU PUBLIC CONTRE LA GRC	1	25
COMMISSION CANADIENNE DES DROITS DE LA PERSONNE	1	20
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	2	17
COUR SUPRÊME DU CANADA	1	11
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	1	10
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	1	7
BUREAU DU SECRÉTAIRE DU GOUVERNEUR GÉNÉRAL	1	7

*Après le 31 mars 2007, la Direction de l'approvisionnement en communications a émis trois modifications au contrat pour des projets annulés; elles sont comprises dans ce montant pour mieux représenter les valeurs réelles du contrat.

**Ressources humaines et Développement social Canada a été créé le 6 février 2006 par la fusion de l'ancien ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences et le ministère du Développement social. En 2006-2007, ses marchés de ROP ont été attribués sous les noms encore officiels de ses deux ministères prédécesseurs.

Annexe un

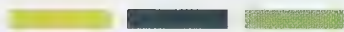
Liste des ministères et organismes pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2006-2007

Ministère ou organisme
Nombre
de projets
Valeur du
marché

(en milliers de dollars)

SANTÉ CANADA (Y COMPRIS L'AGENCE DE SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA)* 101	7 093
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA	67
(Y COMPRIS SERVICE CANADA)**	
ENVIRONNEMENT CANADA	30
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	12
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	16
RESSOURCES NATURELLES CANADA	36
INDUSTRIE CANADA	25
MINISTÈRE DE LA DÉFENSE NATIONALE	21
AGENCE DU REVENU DU CANADA	25
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	22
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	16
FINANCES CANADA	13
PARCS CANADA	23
SÉCURITÉ PUBLIQUE ET PROTECTION CIVILE CANADA	14
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	18
MINISTÈRE DE LA JUSTICE CANADA	14
TRANSPORTS CANADA	13
PATRIMOINE CANADIEN	10
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	10
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	4
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	9
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	4

Annexes



Pour de plus amples renseignements

Le présent rapport donne un aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada durant l'exercice financier 2006-2007.

Si vous avez des commentaires ou des questions, veuillez communiquer avec nous à l'adresse suivante :

Direction de la recherche en opinion publique
Direction générale des conseils, de l'information et des services partagés
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
155, rue Queen, 5^e étage
Ottawa (Ontario)
K1A 0S5

Téléphone : 613-992-8545

Télocopieur : 613-947-1818

Courrier électronique : por-rop@tpsgc.gc.ca

Site Internet : www.tpsgc.gc.ca/rop/text/rpt06-07-01-f.html

Sociétés de recherche ayant le volume d'affaires le plus élevé pour les études multiclientes

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	1 743
IPSOS REID	720
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	511
L'INSTITUT DES SERVICES AXÉS SUR LES CITOYENS	212
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	167
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	98
CONSORTIUM CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES MÉDIAS	64
INNOVATIVE RESEARCH GROUP	63
McALLISTER OPINION RESEARCH	50
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	45

En 2006-2007, les ministères et les organismes du gouvernement se sont abonnés à des études multiclientes entreprises par 20 sociétés de recherche différentes. Les études multiclientes des Associés de recherche EKOS se classaient au premier rang, en termes de valeur du marché, à plus de 1,7 million de dollars. Ces études comprenaient *The Security Monitor*, *Rethinking Government* et *Rethinking Science and Society*. Ipsos Reid se classait au deuxième rang au cours de l'exercice avec des contrats totalisant

720 000 \$. Au nombre de ses études se trouvaient les *Trend Reports* et *Looking Towards Canada Volume 2*. Environics Research Group était au troisième rang des fournisseurs les plus actifs d'études multiclientes en 2006-2007 avec une valeur totale du marché de 511 000 \$. On comptait parmi ses études *North of 60* and *Remote Community Monitor* et le *Baromètre canadien sur l'environnement*. Pour un aperçu thématique des études multiclientes, veuillez consulter l'annexe III (p. 41).

Sociétés de recherche ayant le volume d'affaires le plus élevé pour la recherche personnalisée

Société	Valeur du marché	Nombre de projets
Ipsos Reid	4 783	63
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 311	52
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 659	36
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	2 705	43
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 452	39
THE STRATEGIC COUNSEL	1 906	27
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1 407	28
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 160	18
TNS CANADIAN FACTS	1 082	20
COMPAS	891	1

Ipsos Reid comptait le plus grand nombre de projets de recherche personnalisée (63) en 2006-2007, la valeur des marchés attribués à cette entreprise totalisant près de 4,8 millions de dollars. Les Associés de recherche EKOS se classaient au deuxième rang, ayant entrepris 52 projets de recherche personnalisée dont la valeur atteignait 4,3 millions de dollars. Environics Research Group occupait le troisième rang avec 36 projets de recherche personnalisée évalués à plus de 3,6 millions de dollars.

Sociétés de recherche ayant les volumes d'affaires les plus élevés

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	6 053	103
IPSOS REID	5 503	89
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	4 170	59
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	2 708	44
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 619	47
THE STRATEGIC COUNSEL	1 906	27
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1 435	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 159	18
TNS CANADIAN FACTS	1 082	20
COMPAS	891	1

En 2006-2007, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 66 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique, que ce soit en recherche personnalisée ou en études multiclientes. Les Associés de recherche EKOS étaient le fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du

nombre de projets (103) aussi bien que de la valeur du marché (6 millions de dollars). Ipsos Reid s'est classé au deuxième rang avec 89 projets et une valeur approximative du marché de 5,5 millions de dollars. Pour une liste de toutes les sociétés, veuillez consulter l'annexe II (p. 38).

Par exemple, au cours de la dernière année, le MAECI a fait de la recherche pour évaluer ses outils de rayonnement en matière d'affaires consulaires et la documentation de référence qu'il produit à l'intention des personnes qui voyagent à titre personnel et des professionnels des voyages. La recherche a également permis de vérifier les messages clés auprès des principaux publics cibles, et de voir si les agents de voyages pensent que l'information qui leur est fournie est utile et s'ils sont d'accord pour la diffuser à leurs clients. Dans l'ensemble, les répondants au sondage adressé aux voyageurs considèrent que l'information fournie par le gouvernement sur les voyages internationaux est hautement crédible, particulièrement en ce qui concerne les questions de sûreté et de sécurité, mais ils ne l'emploient pas couramment ou ne la perçoivent pas comme une source primaire d'information destinée aux voyageurs.

Le Ministère a mené de courts sondages sur le conflit opposant Israël et le Liban, les perceptions canadiennes envers la Russie, la résolution du différend sur le bois d'œuvre et les attitudes des Canadiens sur les questions mondiales. Enfin, le Ministère a relancé son sondage de suivi sur le commerce extérieur après une période d'inactivité de trois ans.

En 2006-2007, avec le MDN et l'ACDI comme partenaires, le Ministère a commandé une étude intitulée *Comment le public perçoit le rôle du Canada en Afghanistan*. Cette étude qualitative comportait 14 groupes de discussion réunis dans des régions urbaines et rurales du Canada. Elle était conçue pour étayer la politique et aider les communicateurs du Ministère à comprendre l'environnement public dans lequel ils travaillent.

La recherche était conçue pour cerner les facteurs qui sous-tendent les perceptions de l'engagement du Canada en Afghanistan. Parmi ces facteurs figurent les suivants :

- la compréhension du rôle joué par le Canada et les Forces canadiennes en Afghanistan;
- les réactions aux principaux thèmes et messages apparaissant dans les médias au cours des mois précédents;
- les réactions aux nouveaux thèmes et messages clés;
- les réactions aux faits inhérents à la mission;
- l'incidence qu'a eue l'information additionnelle sur les points de vue des participants.

L'Afghanistan demeurera à l'avant-plan de la politique étrangère du Canada dans les mois à venir, avec la présence continue du personnel militaire canadien et les activités des équipes provinciales de reconstruction. De futurs projets comprendront une autre évaluation de suivi des outils de rayonnement des services consulaires; une autre vague du sondage de suivi sur le commerce extérieur; une étude de suivi au sondage auprès des clients du délégué commercial virtuel; la sixième vague du sondage sur les communications ministérielles; et l'essai de convivialité de certains sites Web gérés par le MAECI (dont les sites Web Canada International et ceux des missions) et l'évaluation de leur conformité à la Normalisation des sites Internet du Conseil du Trésor.

Plusieurs projets amorcés au cours de la dernière année se termineront en 2007-2008. Ils comprennent un examen plus poussé des services électroniques comme « Mon dossier » et la façon dont l'information est organisée sur le site Web de l'ARC. Les études visent les contribuables et la fiscalité des entreprises. L'Agence terminera aussi les tests sur ses nouvelles formules de prestation et sa recherche sur les points de vue des Canadiens sur les questions d'observance.

Affaires étrangères et Commerce international Canada

Affaires étrangères et Commerce international Canada (MAECI) emploie la recherche sur l'opinion publique pour faire le suivi des points de vue, des attitudes, des opinions et des valeurs se rapportant aux affaires internationales. En 2006-2007, le dossier de l'Afghanistan constituait l'enjeu prédominant. Le MAECI a travaillé en collaboration avec le ministère de la Défense nationale (MDN) et l'Agence canadienne de développement international (ACDI) sur la recherche quantitative de suivi du MDN (voir p. 28), tout en prenant les devants en recherche qualitative pour mettre à l'essai les thèmes et les messages principaux du gouvernement du Canada. Le Ministère a également fait de la recherche sur l'opinion publique pour évaluer des programmes relatifs aux communications électroniques, au Canada à titre de destination pour les étudiants étrangers, de même qu'aux services consulaires et aux services des délégués commerciaux.

En 2006-2007, l'Agence du revenu du Canada (ARC) a concentré sa recherche sur l'opinion publique sur ses programmes et services destinés au public. Au cours de l'année, l'ARC a procédé à son deuxième sondage annuel qui révélait ce que les Canadiens pensent de l'Agence dans son ensemble. Ce deuxième sondage contenait des données comparables à celles de l'année précédente. Le sondage de l'ARC sera exécuté une troisième fois en 2007. Cela devrait permettre à des tendances à long terme de se dégager.

L'ARC a continué à évaluer ses services électroniques destinés au public et particulièrement aux entreprises. Pour déterminer les préférences des entreprises, l'Agence a fait un essai de convivialité de certaines pages de la section « Mon dossier d'entreprise » sur son site Web. Pour la quatrième année consécutive, l'ARC a mené un sondage auprès des utilisateurs de son site Web. Cette fois l'étude ne ciblait pas les personnes mais les entreprises, explorant comment elles emploient divers éléments en direct et quel est leur niveau de satisfaction par rapport au site. D'autre recherche, effectuée durant l'année, explorait les connaissances, les motivations et les attitudes des Canadiens face aux questions de respect des obligations fiscales. Une autre série de projets se rapportait aux perceptions courantes de la « marque ARC ». L'information a servi à mettre à jour le matériel et les activités de communication de l'Agence.

En 2006-2007, le ministère de la Défense nationale (MDN) a de nouveau entrepris de nombreuses initiatives de recherche sur l'opinion publique.

Le Ministère s'est abonné à des études multilingues pour comprendre à fond le paysage public en évolution, particulièrement dans le domaine de la sécurité.

Les projets de recherche personnalisée du MDN ont porté sur trois domaines principaux :

- comprendre les points de vue relatifs à la mission des Forces canadiennes en Afghanistan;
- établir le profil des jeunes Canadiens pour orienter les efforts de recrutement des Forces;
- évaluer l'efficacité des campagnes de publicité visant le recrutement.

Le Ministère accorde la plus haute importance au suivi des points de vue de la population canadienne sur la mission en Afghanistan. Durant l'année, les points de vue évoluaient de toute évidence rapidement, à mesure que la couverture médiatique s'intensifiait et que les arguments s'articulaient pour et contre la mission.

Il fallait une plate-forme de recherche permettant une évaluation impartiale, cohérente et régulière de l'appui du public à la mission. Le sondage de suivi hebdomadaire sur l'Afghanistan — un sondage téléphonique de 26 semaines mesurant la connaissance de la mission et l'appui dont elle bénéficiait — a fourni cette évaluation. L'Agence canadienne de développement international (ACDI) et Affaires étrangères

et Commerce international Canada

(MAECI) étaient les partenaires du MDN

dans cette étude. Entre autres, le sondage avait pour but d'évaluer l'incidence que la connaissance des activités diplomatiques et des activités de développement menées en Afghanistan avait sur l'appui à la mission.

Dans le cadre de cette étude, le MDN mesurait également si les activités se déroulant en Afghanistan avaient une incidence sur le recrutement. Cela présentait un intérêt, surtout à cause des plans visant à augmenter la taille de la Force régulière de 13 000 personnes et celle de la Force de réserve de 10 000 personnes.

Les plans ont en outre engendré des efforts en vue de créer un profil psychographique et démographique complet et actuel de la population ciblée par le recrutement. D'autres projets ont servi de tests préliminaires aux éléments de création de la campagne de publicité pour le recrutement et ont permis de mesurer l'efficacité des publicités.

En 2007-2008, le MDN continuera à suivre l'évolution des points de vue des Canadiens sur les questions de sécurité et le rôle des Forces canadiennes. En collaboration avec l'ACDI et le MAECI, le Ministère surveillera encore les perceptions de la population canadienne concernant la mission en Afghanistan. Le ministère de la Défense nationale fera également le suivi de l'efficacité des efforts de recrutement et de rayonnement.

de rayonnement.

À l'automne 2006, par le biais de la recherche qualitative, le Ministère a cherché à obtenir les commentaires de l'entreprise privée au sujet de noms et de slogans proposés pour le nouveau plan d'action du Canada en matière d'efficacité énergétique. Le Ministère a réuni des groupes de discussion à Vancouver, Halifax et Montréal. Les résultats ont révélé que le nom « écoENERGIE » communiquait le plus clairement le message voulu. C'est le nom qu'a éventuellement reçu le plan qui fournit aux Canadiens les outils et le savoir-faire les aidant à consommer moins d'énergie, à limiter les émissions de gaz à effet de serre et à réduire le smog. La marque distinctive de l'énergie propre s'est intégrée au vaste programme environnemental du gouvernement du Canada.

RNCan continuera à employer la recherche sur l'opinion publique pour sous-tendre sa politique et ses programmes en 2007-2008. Le Ministère prévoit mettre davantage l'accent sur la satisfaction de la clientèle et les activités de mesure du rendement.

Comme toujours, RNCan investira, le cas échéant, dans des abonnements et des recherches multiclientèles pour améliorer ses analyses de l'environnement public et permettre des enquêtes rentables afin de connaître les opinions de publics spécialisés.

En 2007-2008, le Ministère prévoit approfondir son programme de recherche multiclientèles, tout en entreprenant de la recherche personnalisée dans les domaines de la satisfaction de la clientèle, de l'amélioration du service, de l'élaboration et de l'évaluation de son site Web. Industrie Canada continuera à sonder les Canadiens pour obtenir leurs opinions sur la fraude par marketing de masse et d'autres questions qui s'y rapportent. De concert avec d'autres ministères et organismes, Industrie Canada explorera des enjeux déterminants qui touchent les entrepreneurs canadiens dont les sciences et la technologie de même que la paperasserie.

- AAC a commandé une deuxième vague de recherche sur les perceptions et les comportements des consommateurs dans le domaine de la salubrité et de la qualité des aliments. Comme pour la première vague, cette recherche a été affichée dans Internet et des universitaires, des gouvernements provinciaux et des associations agricoles la consultent abondamment.
- Le Ministère a effectué une recherche plus approfondie sur les attitudes et les comportements des consommateurs en ce qui concerne la qualité des aliments et les aliments biologiques ainsi que les sources d'information vers lesquelles ces personnes se tournent pour se renseigner sur la salubrité et la qualité des aliments. Pour cette recherche, AAC a adopté une approche quantitative (se servant d'un sondage omnibus) et une approche qualitative (à l'aide d'un groupe de discussion).
- Le Ministère a mené un projet de recherche auprès des producteurs, examinant leurs pratiques de gestion d'entreprises agricoles et leur recours aux programmes de formation parrainés par le gouvernement.
- Au début de l'année 2007, AAC a lancé un sondage sur la satisfaction de la clientèle qui ciblait les producteurs grâce à un outil de mesures communes. Ce sondage avait pour but d'évaluer la prestation de programmes et de services que le Ministère offrait à ce groupe de clients clé et d'y apporter des améliorations continues.
- AAC a dirigé des groupes de discussion avec des personnes pratiquant l'agriculture et des propriétaires de ranchs en vue de repositionner ses activités de gestion des risques de l'entreprise. Ces programmes et services ont aidé les agriculteurs et les grands éleveurs à gérer les risques inhérents à la production agricole.

Le Ministère a aussi acheté un certain nombre d'études multiclient pour mieux comprendre ce que les producteurs et le public attendent d'AAC et du gouvernement du Canada, en particulier dans les domaines des communications (y compris l'usage d'Internet) et des consultations.

Ressources naturelles Canada

Ressources naturelles Canada (RNC) encourage la mise en valeur responsable des ressources naturelles et fournit des renseignements en ligne aux Canadiens. Pour mieux jouer son rôle, le Ministère a utilisé une vaste gamme de sondages de recherche sur l'opinion publique en relative aux programmes consacrés aux questions environnementales.

La qualité de l'air a représenté un champ de recherche primordial au cours de l'année, ce qui constitue une priorité du Ministère et du gouvernement du Canada tout entier. On a réalisé des sondages sur la promotion du carburant à base d'éthanol, l'hydrogène et la technologie de la pile à combustible; l'efficacité des véhicules; l'énergie nucléaire comme source d'électricité écologique; et l'achat d'ampoules d'éclairage à diode électroluminescente (DEL). La recherche a aussi permis d'examiner d'autres priorités de RNC comme une réglementation « plus intelligente et plus rapide », le renforcement de l'industrie minière du Canada et l'amélioration de la compétitivité du secteur forestier.

exclusive et lui permet de procéder à des analyses statistiquement viables pour chaque province. C'est un appui important en matière de communications et de conseils d'orientation stratégique qui reflètent les diverses opinions et les attentes des Canadiens de tout le pays.

Le BCP s'abonne à de la recherche multilatérale pour améliorer son analyse de l'environnement public, compléter les données du sondage de communication ministérielle et faire le suivi de questions courantes (p. ex. la sécurité nationale) ou de publics particuliers (p. ex. des questions démographiques spécifiques).

Lorsqu'il y a lieu, le BCP fait de la recherche qualitative pour mieux comprendre l'incidence des conclusions obtenues grâce à la recherche quantitative continue. La recherche qualitative prend souvent la forme de groupes de discussion. Elle sert à comprendre plus en profondeur et de façon plus nuancée les opinions de la population canadienne. Au printemps 2007, le BCP a tenu des consultations publiques dans toutes les régions du Canada sur les institutions et les pratiques démocratiques canadiennes.

Agriculture et Agroalimentaire Canada

En 2006-2007, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) a mis en œuvre un cadre de gestion stratégique en recherche sur l'opinion publique (ROP). Ce cadre comprend :

- un processus de planification annuel axé sur l'avenir;
- un comité consultatif actif en ROP, composé de représentants de tout le Ministère;
- de la recherche par séries chronologiques auprès des Canadiens, des producteurs et de l'industrie agroalimentaire sur de vastes thèmes institutionnels, des enjeux et des activités opérationnelles.

AAC a aussi renforcé ses conseils en ROP et sa fonction de coordination. Le Ministère a fait la promotion active des lignes directrices et des procédures actuelles et des nouvelles prescriptions juridiques rattachées à la recherche sur l'opinion publique. Il a partagé les résultats de sa recherche et ses pratiques exemplaires, et mis au point un ensemble d'outils pratiques et de listes de vérification. Ces efforts avaient pour but d'assurer une observance proactive de la *Politique de communication du gouvernement du Canada* et de la *Loi fédérale sur la responsabilité*.

La recherche effectuée par le Ministère en 2006-2007 se rattachait fortement à un certain nombre de priorités du programme d'AAC : environnement, salubrité et qualité des aliments; gestion des risques de l'entrepriser; marchés et scène internationale; innovation et renouveau.

Les études de recherche personnalisées du Ministère comprenaient celles qui suivent :

- Un sondage de suivi sur les enjeux stratégiques portait sur la sensibilisation et les attitudes de la population canadienne et des producteurs agricoles sur des questions clés auxquelles fait face le secteur agricole, de même que des priorités du Ministère.
- En Chine et à Hong Kong, dans le cadre du programme de promotion de l'image de marque Canada, on a fait de la recherche sur les préférences alimentaires des consommateurs pour appuyer les activités de promotion des exportations du Ministère.
- AAC a réuni un ensemble de groupes de discussion avec des groupes canadiens du secteur de la santé pour mieux comprendre comment ils percevaient le rapport entre l'alimentation et la santé.

partenaires du Ministère. Comme point d'appui, le Ministère avait besoin d'un sondage initial en communications qui contèndrait à la fois des données quantitatives et la rétroaction qualitative d'un groupe de travail. En mars 2007, un sondage téléphonique national servait à interviewer un échantillon représentatif de 1 200 Canadiens âgés de 18 ans et plus (y compris un suréchantillon de 200 résidents du Nord). Au même moment, 10 groupes de discussion se sont rencontrés, c'est-à-dire deux à Montréal en français et deux par ville à Vancouver, Calgary, Toronto et Halifax en anglais. Les conclusions de la recherche serviront à rendre les données, l'information et les connaissances d'Environnement Canada plus accessibles aux Canadiens et plus compréhensibles.

Le Programme de prévision de la qualité de l'air d'Environnement Canada évolue de concert avec la nouvelle approche du Ministère. Les prévisions touchant la qualité de l'air porteront de plus en plus sur la santé et couvriront un territoire plus vaste. Elles seront plus visibles et plus fréquentes. Pour faciliter le changement, il fallait de la recherche fournissant une base de référence sur la sensibilisation du public, l'usage, la connaissance et les perceptions du Programme. À cette fin, un sondage téléphonique national a eu lieu en février et en mars 2007 auprès d'un échantillon représentatif de 4 173 Canadiens de 18 ans et plus, ou environ 400 répondants par province. Les résultats du sondage aideront le Ministère à mesurer les changements en ce qui a trait à la sensibilisation du public et à l'utilisation des prévisions sur la qualité de l'air. Ils fourniront des données d'une grande précision pour l'évaluation du programme.

En 2007-2008, Environnement Canada continuera d'explorer les attitudes du public sur la nature, les changements climatiques, la qualité de l'air et l'eau. Les initiatives du Ministère pourraient comprendre des sondages sur les perceptions qu'ont les

Canadiens de la nature, des animaux sauvages et de la conservation. Le Ministère pourrait également poursuivre sa recherche sur les connaissances, les attitudes et les comportements liés aux prévisions sur la qualité de l'air et le smog ou les avis sur la qualité de l'air, la Loi sur les espèces en péril et les services météorologiques à l'intention de la population.

Bureau du Conseil privé

Le Bureau du Conseil privé (BCP) fait en sorte que le premier ministre, le président du Conseil privé de la Reine et les leaders de la Chambre des communes et du Sénat reçoivent des conseils stratégiques et des recommandations de la plus grande qualité qui sont impartiaux, cohérents, objectifs et appropriés.

Pour réaliser ce mandat, le Secrétaire des communications et des consultations du BCP fait régulièrement usage de recherche sur l'opinion publique qui comprend de la recherche quantitative, qualitative et multichanels.

Le Secréariat effectue périodiquement un sondage de communication ministérielle. Il s'agit d'un sondage de suivi de 20 minutes auprès de 4 000 Canadiens sur des enjeux de macro-niveau qui intéressent le gouvernement comme leurs points de vue sur ce qui devrait constituer les priorités les plus importantes du gouvernement. Le BCP passe des marchés pour le travail sur le terrain se rapportant au sondage, mais il met lui-même au point le questionnaire et la méthodologie, et entreprend les analyses professionnelles des résultats de la recherche. En 2006-2007, les sondages ont été réalisés en août, en décembre et en mars.

Ce sondage aide le gouvernement à mieux comprendre les nouvelles tendances et à évaluer les opinions des Canadiens sur les questions nationales clés et les initiatives stratégiques. Le sondage fournit au gouvernement de la recherche longitudinale

les nouveaux immigrants avaient rarement tendance à accéder à l'information sur le marché du travail et le faisaient de façon ponctuelle. Elles révélaient également qu'avant de venir au Canada, les immigrants semblaient mettre l'accent sur des priorités autres que l'emploi.

En 2007-2008, le Ministère prévoit faire de la recherche sur des enjeux relatifs aux familles, au développement des compétences, à l'apprentissage et aux incapacités ainsi qu'aux vagues ultérieures du sondage de suivi de RHDSC.

Service Canada constitue le réseau de prestation de services à guichet unique du gouvernement du Canada. Il réalise des projets de recherche sur l'opinion publique pour mieux comprendre les besoins et les attentes des citoyens. La recherche a divers buts :

- aider à évaluer comment les Canadiens perçoivent certaines propositions ou des initiatives et des changements éventuels;
- aider à évaluer l'efficacité des politiques, des programmes et des services;
- mesurer les progrès accomplis dans l'amélioration des services;
- mesurer l'efficacité de la publicité et des autres activités de communication;
- planifier et évaluer le marketing et d'autres initiatives.

Service Canada procède à des sondages et organise des discussions en tête à tête. Sa recherche permet de surveiller les niveaux de sensibilisation du public, de mettre à l'essai du matériel de communication et des idées, d'examiner de nouvelles caractéristiques du Web et de s'assurer que les sites sont conviviaux, et d'améliorer d'autres voies d'accès comme le téléphone et les centres de services. Par exemple, une étude nationale réalisée en 2006-2007 à partir de groupes de discussion a permis d'obtenir une rétroaction sur une série de publicités télédiffusées, radiodiffusées et imprimées, conçues pour faire davantage connaître Service Canada. Les suggestions recueillies à l'étape de l'élaboration du concept contribuent au succès du produit final.

Environnement Canada

En 2007-2008, Service Canada se concentrera sur la recherche qui favorise les objectifs organisationnels comme le renforcement du service axé sur les citoyens. Les plans comprennent une importante recherche de base, par exemple des sondages sur la connaissance générale et la satisfaction de la clientèle.

En 2006-2007, les questions environnementales sont devenues la principale préoccupation des Canadiens, si bien que les besoins d'Environnement Canada ont augmenté en recherche sur l'opinion publique. Au cours de la dernière année, la recherche exécutée au Ministère portait sur des questions comme les substances chimiques et toxiques, les changements climatiques, la qualité de l'air et la météorologie. Les enjeux se rapportant aux efforts continus déployés en matière de gestion et de ressources humaines ont également fait l'objet d'un examen.

La recherche qualitative a servi à mettre à l'essai et à raffiner les efforts de marketing social dans le cadre des initiatives du programme écoACTION. D'autres projets de recherche comportaient des évaluations de programmes, de produits et de services en ligne gérées à l'interne ainsi que la vérification continue des améliorations apportées aux ressources en ligne d'Environnement Canada. Il importe de souligner que le Service météorologique du Canada a mené son sondage de référence sur les produits et les services, de même qu'une recherche à grande échelle sur la qualité de l'air.

Environnement Canada préconise une nouvelle approche à la gestion environnementale qui tient compte des liens entre la protection de l'environnement, la santé, la concurrence économique et la qualité de la vie. Cette approche servira de point de départ à des consultations et à une collaboration renouvelées avec des

La recherche sur l'opinion publique à Ressources humaines et Développement social Canada (RHDS) soutient l'élaboration de la politique et du programme du Ministère, de même que ses activités de communication.

En avril 2006, le Ministère a réuni divers groupes de discussion qui se sont penchés sur les opinions et les perceptions des Canadiens envers les questions de garde d'enfants. Selon la recherche, les participants aux groupes ont bien accueilli la nouvelle Prestation universelle pour la garde d'enfants. Les participants ayant des enfants ont indiqué qu'ils souhaitaient des choix et de la souplesse dans les options relatives à la garde d'enfants.

RHDS a également mené de la recherche qualitative chez les aînés et les personnes approchant de l'âge de la retraite pour mieux comprendre les opinions des gens âgés sur diverses questions pertinentes au mandat du Ministère. Les domaines préoccupant le plus les Canadiens âgés étaient les soins de santé, le coût de la vie et l'infrastructure.

En janvier 2007, le Ministère a réalisé la première vague d'un sondage de suivi sur les attitudes du public envers les questions de politique propres à RHDS. Selon les répondants, les principales forces du Ministère résident dans la promotion de l'alphabétisation, l'assurance de la durabilité du Régime de pensions du Canada et du programme de la Sécurité de la vieillesse ainsi que la création de conditions favorables pour qu'un plus grand nombre de Canadiens terminent leurs études postsecondaires.

Au début de l'année 2007, RHDS a réuni des groupes de discussion et fait des entrevues reliées au Programme de reconnaissance des titres de compétences étrangers. Les conclusions de la recherche montrent que les immigrants éventuels et

Au cours de l'année, les responsables du Programme de lutte au tabagisme de Santé Canada ont réalisé trois projets en employant des méthodes moins conventionnelles pour évaluer l'incidence de celui-ci. L'évaluation de la campagne sur la fumée secondaire du tabac a permis de recueillir des données sur les parents qui fumaient; les données portent sur leurs connaissances, leurs attitudes et leurs comportements face à la fumée secondaire à la maison. Les parents ont fait l'objet d'un sondage avant la campagne et on a ensuite contacté les mêmes personnes après la mise en ondes. Les différences observées dans les réponses à ces deux sondages, de même que les différences dans les réponses des personnes qui avaient vu les annonces, ont été utilisées comme moyen d'évaluer les répercussions de la campagne.

Une approche longitudinale semblable a servi à examiner l'incidence de deux programmes sur le Web, programmes conçus pour aider les gens à cesser de fumer. En recueillant des données auprès des mêmes personnes durant un certain temps, Santé Canada a évalué les résultats du programme à court et à moyen terme. Ces méthodes ont permis une évaluation plus fiable de la réussite du Ministère qui voulait aider les Canadiens à mener des vies plus saines.

En 2007-2008, le Ministère enquêtera d'avantage sur les attitudes, la prise de conscience, les connaissances et les comportements des Canadiens dans des domaines comme la capacité d'intervention en cas de pandémie, la qualité de l'air à l'intérieur des immeubles et la qualité de l'eau dans les réserves, les règlements sur les aliments, le VIH/sida, les garanties de délais d'attente pour les patients ainsi que les messages sur la vente au détail de produits du tabac et les messages relatifs à la santé. La recherche sous-tendra en outre les prochaines campagnes de mieux-être des Autochtones, la saine alimentation et une stratégie antidrogue.

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

En guise de contribution au présent rapport, les 10 ministères et organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique ont tous été invités à présenter un bref aperçu du travail effectué durant l'exercice. La description de leurs activités se trouve ci-dessous.

Santé Canada

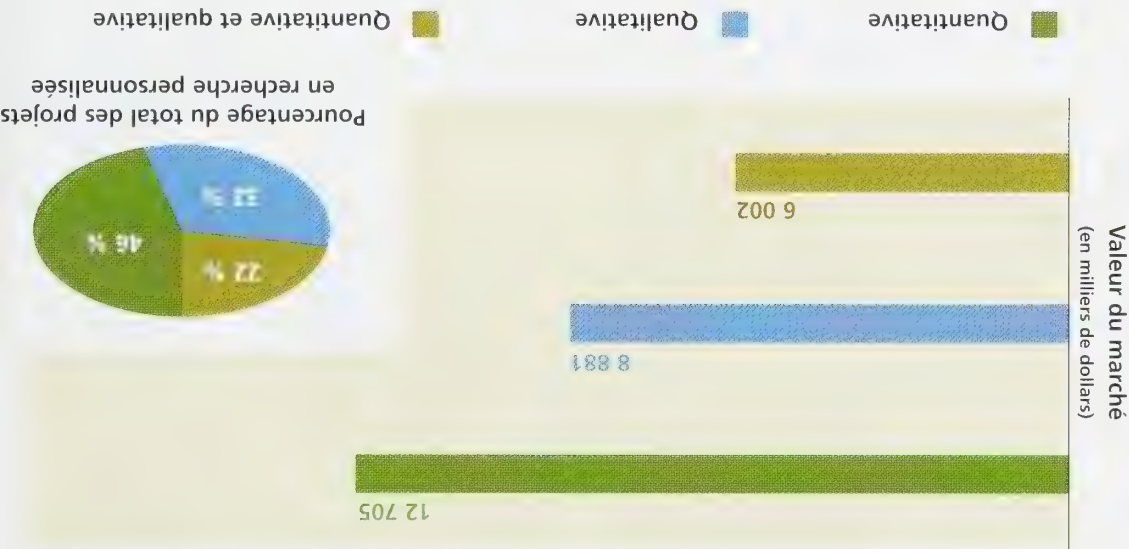
En 2006-2007, Santé Canada et l'Agence de santé publique du Canada ont continué à grandement utiliser la recherche sur l'opinion publique pour élaborer leurs politiques et leurs initiatives de programmes, de même que leurs projets de marketing social et leurs campagnes de sensibilisation du public. L'information recueillie a fait en sorte que les initiatives répondent aux besoins des utilisateurs finaux ou des publics cibles, y compris le grand public, les membres des Premières nations et les Inuits, les professionnels de la santé, les organismes non gouvernementaux et d'autres intervenants.

Les études portent sur les opinions et les expériences des Canadiens en rapport avec l'environnement et leur santé, en particulier sur des questions comme le radon, les produits chimiques et un indice proposé de la qualité de l'air pour la santé. La recherche sur la fumée secondaire, des messages de mise en garde relatifs à la santé, de la publicité sur l'industrie du tabac de même que sur les fumeurs

- occasionnels et les fumeurs « à rabais » (ceux qui achètent des cigarettes à rabais) ont renforcé la campagne antitabac du Ministère. Pour aider les Canadiennes à faire des choix éclairés, on a effectué de la recherche sous-tendant les campagnes de marketing social en matière de saine grossesse. Ces campagnes s'adressaient aux femmes des Premières nations et aux Inuites ainsi qu'à l'ensemble de la population. On a aussi entrepris de la recherche en rapport avec le *Guide alimentaire canadien* révisé, tant pour la population en général que les Canadiens d'origine autochtone.
- Le Ministère cherche à améliorer l'état de santé des populations des Premières nations et des Inuits. Pour soutenir ces efforts, la recherche réalisée en 2006-2007 a fourni des données intéressantes sur des questions comme les pratiques liées à l'immunisation, la connaissance des avis d'ébullition de l'eau et les réactions qu'ils ont engendrées, la saine grossesse et la prévention du suicide.
- Santé Canada s'est abonné à diverses études multilingues pour s'informer des enjeux suivants et les comprendre :
 - le contexte actuel de la politique gouvernementale y compris les priorités du public canadien;
 - les divers groupes au sein de la population comme les jeunes et les aînés;
 - des questions particulières se rapportant à la santé.

Pourcentage et valeur totale du marché des projets basés sur la méthodologie de la recherche pour la recherche personnalisée en 2006-2007

Méthodologies de recherche utilisées



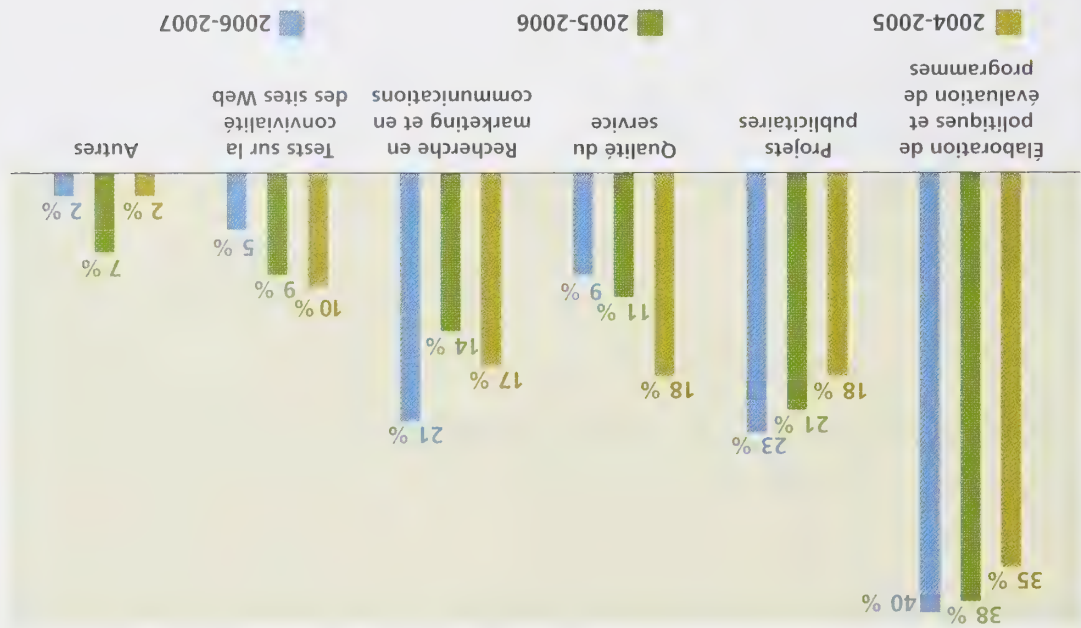
La recherche quantitative se rapporte à la cueillette d'information auprès de certains membres d'une population grâce à des techniques structurées (sondages), en vue de tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population cible. En général, les sondages sont basés sur un échantillon-nage au hasard. On a généralement recours à une approche quantitative quand on a besoin de résultats statistiques. Quarante-six pour cent de la recherche entreprise durant l'exercice appartenait à la catégorie de la recherche quantitative, en comparaison à 45 % en 2005-2006.

La recherche qualitative est la cueillette d'information auprès de certains membres d'une population à l'aide de techniques non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion ou des interviews. On emploie normalement

une approche qualitative en cas de recherche exploratoire, de recherche en profondeur ou de recherche portant sur des questions très complexes. Cette approche favorise des discussions plus libres. Dans de tels cas, cela sera plus efficace pour atteindre les objectifs de la recherche que ne le serait un questionnaire inflexible comportant des catégories de réponses rigides à chacune des questions. Comme la recherche est exploratoire, les résultats ne s'appliquent pas à la population en général. Trente-deux pour cent de la recherche personnalisée faite en 2006-2007 appartenait à cette catégorie, en comparaison à 43 % l'année précédente.

Les projets consistant en une combinaison de recherche quantitative et qualitative représentaient les 22 % restants des projets entrepris durant l'exercice financier.

Tendances de la recherche personnalisée selon le type de recherche effectuée de 2004 à 2007



L'élaboration de politiques et l'évaluation de programmes composaient le plus grand segment de toute la recherche personnalisée au gouvernement du Canada en 2006-2007, avec 40 % de la valeur totale du marché. Cela ressemblait à la situation de 2005-2006, alors que la recherche effectuée à ce titre représentait 38 % de toute la recherche personnalisée. Les projets publicitaires (englobant le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai de produits) représentaient 23 % du marché, et la recherche en marketing et en communications se maintenait à 21 % en 2006-2007 par comparaison à 14 % l'année précédente.

La recherche donnée à contrat pour évaluer l'efficacité d'Internet a chuté à 5 % alors qu'elle atteignait 9 % l'année précédente. La recherche donnée à contrat pour mesurer la qualité du service a également diminué légèrement, passant de 11 % en 2005-2006 à 9 % en 2006-2007. Les parts des différents types de recherche varient d'année en année selon les besoins changeants des institutions. L'autre recherche, qui comprend la conception et l'analyse de questionnaires, représentait 2 % du total, c'est-à-dire une baisse en comparaison avec les 7 % observés l'année précédente.

Recherche personnalisée et recherche multilatérale

La recherche personnalisée sur l'opinion publique est du travail exécuté sur commande pour un ministère ou un organisme spécifique. L'organisme qui commande une étude détient les droits de propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet. Il met ces produits à la disposition des autres organismes fédéraux et du public par l'entremise de Bibliothèque et Archives Canada, et des parlementaires et des médias grâce à la Bibliothèque du Parlement. La recherche personnalisée représente la plus grande part du travail de ROP entrepris par le gouvernement.

Les études de recherche multilatérales sont élaborées par des sociétés de recherche en marketing qui les mettent à la disposition d'abonnés des secteurs privé et public. Ces produits d'emploi courant contiennent souvent de l'information sur les tendances relatives à divers sujets. Les sociétés demeurent propriétaires du droit d'auteur et assument la responsabilité exclusive de la gestion du contenu des études. Les abonnés n'ont normalement pas le droit de distribuer l'information à des parties qui ne s'y abonnent pas. La recherche multilatérale est parfois le choix le plus économique pour répondre aux besoins de recherche des ministères parce que les abonnés partagent les coûts de la recherche.

En 2006-2007, Affaires étrangères et Commerce international Canada s'est classé en tête des acheteurs à prix forfaitaire de *Looking Towards Canada*, une étude multilatérale sur les conditions d'investissement au Canada et sur la scène internationale. Les partenaires d'achat étaient d'autres ministères du gouvernement fédéral et les gouvernements du Québec et de l'Ontario. L'étude a été publiée en avril 2007. En 2006-2007, le gouvernement du Canada a passé des marchés évalués à 27,5 millions de dollars pour réaliser 422 projets de recherche personnalisée; ils représentaient environ 88 % de la valeur totale du marché de toute la recherche sur l'opinion publique pour la durée de l'exercice. Les marchés d'études multilatérales totalisaient 3,9 millions de dollars et comportaient 140 projets.

Principaux ministères et organismes pour la recherche sur l'opinion publique coordonnée par la Direction de la recherche en opinion publique

Ministère ou organisme	Valeur du marché	Nombre de projets
SANTÉ CANADA (Y COMPRIS L'AGENCE DE SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA)*	7 093	101
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA (Y COMPRIS SERVICE CANADA)**	3 789	67
ENVIRONNEMENT CANADA	2 044	30
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	1 480	12
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	1 461	16
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 397	36
INDUSTRIE CANADA	1 384	25
MINISTÈRE DE LA DÉFENSE NATIONALE	1 276	21
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 032	25
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 029	22

Santé Canada s'est classé en tête de tous les ministères qui font usage de recherche sur l'opinion publique depuis plusieurs années, ce qui montre bien que les soins de santé sont toujours une priorité de premier rang pour la population canadienne et le gouvernement du Canada. Cette tendance s'est poursuivie en 2006-2007. La valeur des marchés attribués au nom de Santé Canada représentait 23 % de la valeur totale des marchés et 18 % du nombre total de projets du gouvernement du Canada en 2006-2007; cela comprend les 26 projets entrepris par l'Agence de santé publique du Canada, avec une valeur du marché de 2,3 millions de dollars. Ressources

Humaines et Développement social Canada (y compris Service Canada) se classait au deuxième rang pour ce qui est de la valeur des marchés, comme il l'avait fait l'année précédente. La valeur de ses 67 projets de ROP totalisait presque 3,8 millions de dollars. Huit ministères et organismes avaient mené des projets de recherche de l'ordre de un à deux millions de dollars en 2006-2007, comparativement à sept l'année précédente. Pour les points saillants de la recherche entreprise par les plus grands utilisateurs de recherche sur l'opinion publique, veuillez consulter le chapitre 4 (p. 21).

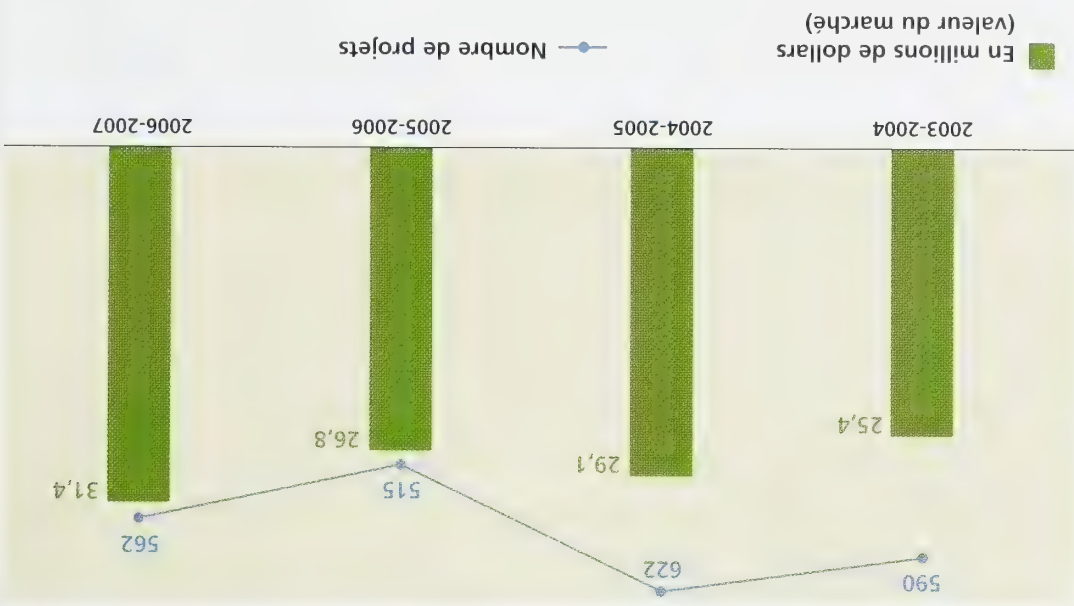
Notes

*Après le 31 mars 2007, la Direction de l'approvisionnement en communications a émis trois modifications au contrat pour des projets annulés; elles sont comprises dans ce montant pour mieux représenter les valeurs réelles du contrat.

**Ressources humaines et Développement social Canada a été créé le 6 février 2006 par la fusion de l'ancien ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences et le ministère du Développement social. En 2006-2007, ses marchés de ROP ont été attribués sous les noms encore officiels de ses deux ministères prédécesseurs.

Tendances de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2006-2007

Nombre total de projets coordonnés
par la Direction de la recherche en opinion publique



La valeur en dollars de la recherche sur l'opinion publique (ROP) coordonnée par l'entremise de la Direction de la recherche en opinion publique en 2006-2007 totalisait 31,4 millions de dollars, ce qui représente une augmentation par rapport aux 26,8 millions de dollars de l'année précédente. L'activité de 2006-2007, qui correspond à 562 projets, est également supérieure à celle de l'année précédente, alors que certains projets n'avaient pas été entrepris en raison de la suspension des activités de recherche durant la période électorale fédérale.

Notes

Les projets donnés à contrat durant un exercice financier s'étendent parfois sur plus d'un exercice. Les chiffres présentés dans le graphique pour les années précédant l'exercice actuel ont été redressés pour tenir compte des changements mineurs apportés après la publication du rapport 2005-2006.

- les exigences futures concernant les services fournis par la Direction;
- l'intérêt pour la participation à divers types d'activités de perfectionnement des compétences.

Le sondage quantitatif portait sur des questions liées à la qualité et à l'utilité des conseils, au partage d'information et au transfert de connaissances. Il comprenait des mesures de satisfaction relatives à l'actualité et à l'accessibilité des données, de même que des mesures du rendement sur l'utilité des offres de programmes et de services, la qualité de l'information et l'efficacité du service. On a aussi évalué l'utilité des publications consacrées à la ROP, les rencontres des membres du réseau, les séances et les produits d'information ainsi que la base de données pour la gestion des projets.

Le sondage sur la satisfaction de la clientèle comportait un sondage en ligne auprès de 183 clients de la Direction de la recherche en opinion publique.

Secteur de la recherche en marketing au Canada

Le secteur de la recherche en marketing au Canada représente près de trois quarts de milliard de dollars par année en activités de recherche, ce qui comprend 31,4 millions de dollars en 2006-2007 avec le gouvernement du Canada.

L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (ARIM) compte parmi ses membres plus de 1 800 spécialistes, des maisons de recherche de toutes les tailles et des acheteurs de services de recherche du secteur privé. Sa mission est de promouvoir un environnement favorable dans lequel le secteur fonctionnera efficacement au bénéfice du public. Parmi les produits et les services de l'ARIM se trouvent les suivants :

- les règles d'éthique professionnelle et les pratiques conformes à la déontologie pour ses membres;
- la désignation de professionnel agréé en recherche marketing (PARM) pour les chercheurs en marketing;
- la School of Marketing Research qui propose un programme complet de cours sur tous les aspects de la recherche;
- le Système d'enregistrement des sondages qui permet au public de vérifier le bien-fondé d'un sondage, d'obtenir de l'information sur le secteur de la ROP et de déposer une plainte contre un membre de l'Association.

Quatre-vingt-treize clients ont terminé le sondage, ce qui représente un taux de réponse de 51 %. Parce que le sondage était basé sur un échantillon autosélectionné, le calcul de la marge d'erreur et de l'intervalle de confiance n'est pas approprié. Sur une échelle de 0 à 100, le sondage a révélé un taux de satisfaction de 93 envers l'amabilité du personnel de la DROP. Pour ce qui est de l'utilité des conseils offerts et de la satisfaction globale, l'appréciation atteignait 89 sur 100.

Les résultats aideront la Direction à améliorer ses services aux ministères et organismes — particulièrement en mettant sur pied des initiatives éducatives comme des événements favorisant l'échange d'information.

Également en 2006-2007, la Direction a commencé à travailler à l'élaboration de normes de services qui seront mises en œuvre au cours de l'année qui vient pour mieux habilitier la Direction à servir sa clientèle.

À partir des rapports du Comité consultatif et de l'étude sur les pratiques exemplaires, le gouvernement du Canada est en train d'élaborer des normes et des lignes directrices nouvelles en recherche sur l'opinion publique. Elles contribueront à améliorer la qualité de la recherche.

Communauté de pratique en recherche sur l'opinion publique

La Direction de la recherche en opinion publique a continué à coordonner les rencontres de la communauté fédérale de pratique et d'autres groupes de travail interministériels et d'y participer au cours du dernier exercice financier. La communauté regroupe des spécialistes de la ROP de 36 ministères et organismes. Ces spécialistes se sont rencontrés régulièrement pour partager de l'information et se pencher sur des questions d'intérêt commun comme la qualité des sondages et les taux de réponse, les questions d'approvisionnement, les techniques de recherche émergentes, les nouveaux logiciels de sondages, les initiatives et les partenariats conjoints ainsi que les nouvelles exigences en matière de loi et de politique. On trouve parmi les sujets discutés : les groupes d'experts en ligne — leçons apprises; une présentation sur les méthodologies hybrides à la fois qualitatives et quantitatives; une présentation sur les normes du secteur de la ROP par l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing; les modifications à la Politique de communication du gouvernement du Canada; et l'incidence de la Loi fédérale sur la responsabilité.

Activités d'apprentissage

- Pour les conseillers de la DROP et la communauté de pratique en ROP du gouvernement du Canada, l'Unité de la gestion de la connaissance encourage la formation et met en valeur le potentiel de son personnel en recherche sur l'opinion publique. En 2006-2007, l'Unité a organisé des séances d'apprentissage sur divers sujets comprenant :
- le cours normalisé de l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing sur la conception de questionnaires;
 - un cours de Statistique Canada sur l'échantillonnage en matière de sondages;
 - un colloque sur la mesure par échelles des questionnaires;
 - un colloque sur les sondages par Internet, une méthode de recherche par sondage en croissance rapide;
 - un cours d'introduction à la recherche publicitaire;
 - un séminaire dans Internet portant sur la recherche qualitative en ligne.
- Mesure du rendement**
- En 2006-2007, la Direction de la recherche en opinion publique menait son deuxième sondage sur la satisfaction de la clientèle. Le sondage contenait plusieurs questions adressées à sa clientèle qui est composée de coordonnateurs de la ROP des ministères et d'autres personnes responsables de projets de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada. Ces questions portaient sur les sujets suivants :
- l'usage des services de la Direction;
 - la satisfaction à l'égard des services fournis par la Direction;

- Le rapport final du Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone a été achevé en mars 2007. On y trouve des conseils et une orientation sur les normes de qualité et les points de référence convenant aux sondages de recherche sur l'opinion publique effectués par téléphone au nom du gouvernement du Canada. Également en mars 2007, TPSCG a publié *Pratiques exemplaires en recherche sur l'opinion publique : Améliorer la participation des répondants aux sondages téléphoniques*. Conçu pour les fonctionnaires qui entreprennent de la ROP au nom du gouvernement du Canada, cet ouvrage est un guide pratique pour atteindre et maintenir des taux de réponse élevés aux sondages téléphoniques.
- Le portail extranet de TPSCG comprend maintenant une section sur la ROP. Elle contient des renseignements et des outils réservés aux ministères et aux organismes comme :
 - l'accès à la base de données du SCIR;
 - un guide d'orientation à la ROP au gouvernement du Canada;
 - des renseignements sur la passation de marchés de ROP au sein du gouvernement;
 - l'accès aux rapports de ROP offerts en ligne dans la Collection électronique de Bibliothèque et Archives Canada;
 - le document *Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone — Rapport final et l'étude Pratiques exemplaires en recherche sur l'opinion publique : Améliorer la participation des répondants aux sondages téléphoniques*;
 - les rapports annuels sur la ROP au gouvernement du Canada;
 - plusieurs autres ressources, liens et publications utiles.

Maintien de bonnes relations avec le secteur de la recherche

- *Le Coin de la recherche* est un bulletin en ligne qui s'adresse aux coordonnateurs de la recherche des ministères. Il met à l'avant-plan les nouvelles pratiques, les initiatives conjointes du gouvernement et du secteur de la ROP, les projets récents réalisés par les organismes fédéraux ainsi que d'autres questions intéressant la communauté de la ROP au gouvernement du Canada. En 2006-2007, on en a produit deux éditions bilingues.
- En 2003, le gouvernement du Canada, représenté par TPSCG, a commencé à rencontrer régulièrement le secteur de la ROP que représentait l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (ARIM). Il en résulte une relation de travail croissante et productive dans laquelle on aborde des questions d'intérêt mutuel. En voici quelques exemples :
 - faire en sorte que tous les sondages du gouvernement du Canada, donnés à contrat par l'entremise des offres à commandes et des arrangements en matière d'approvisionnement en ROP, soient inscrits au Système d'enregistrement des sondages de l'ARIM;
 - consultations sur la qualité de la recherche;
 - désignation des pratiques exemplaires en recherche;
 - participation de deux représentants nommés par l'ARIM au Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone;
 - participation à des études de recherche pour laisser le public s'exprimer sur une vaste gamme de questions qui le préoccupent;
 - élaboration de nouveaux cours en recherche sur l'opinion publique se rapportant directement aux employés du gouvernement fédéral.

Base de données électronique pour la gestion des projets

Le Système de gestion de l'information sur la recherche (SGIR) est une base de données dans Internet qui sert à coordonner les activités de recherche sur l'opinion publique dans tout le gouvernement. Le Système permet aux utilisateurs de partager de l'information sur des projets de recherche, de déceler des occasions de partenariat sur les questions horizontales et de réduire le chevauchement des efforts. La base de données est à la disposition de toutes les organisations fédérales grâce au portail gouvernemental de TPSCGC. Les coordonnateurs de recherche des ministères sont en mesure de soumettre de l'information pour de nouveaux projets, de suivre les progrès accomplis et de générer des rapports sur les activités de ROP de leur ministère.

Favoriser la diffusion des rapports de recherche relève également de la Gestion de la connaissance. En 2006-2007, la DROP et les ministères et organismes responsables de la passation des marchés ont déposé 343 rapports finaux de recherche personnalisée à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement, conformément à la *Politique de communication du gouvernement du Canada*.

La Direction de la recherche en opinion publique offre à la communauté de la ROP du gouvernement des outils et des ressources pour aider les spécialistes fédéraux à concevoir et à mener des projets de recherche sur l'opinion publique.

Nouveau système pour gérer les rapports de recherche

Le 1^{er} août 2006, la *Politique de communication du gouvernement du Canada* a été modifiée, mettant en vigueur certaines dispositions du Plan d'action sur la responsabilité fédérale. La politique modifiée établit un nouveau système pour les contrats de ROP attribués le ou après le 1^{er} août 2006. Dans les six mois suivant la fin du travail sur le terrain, les institutions sont responsables de déposer leurs rapports de recherche finaux à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement. Bibliothèque et Archives Canada a ouvert un site Web sur lequel il affiche les résumés des rapports de recherche dans les deux langues officielles, de même que des renseignements sur les personnes-ressources et d'autres détails de base.

En 2006-2007, on a assisté à la promotion du Système et à sa consolidation. Par exemple :

- On a donné des séances de formation aux nouveaux utilisateurs durant toute l'année. Le Système a généré un certain nombre de nouveaux rapports pour répondre aux besoins des institutions comme le rapport de justification/Raisonnement.
- On a ajouté le « Portefeuille de projets du Ministère » pour offrir aux coordonnateurs de la ROP un moyen de prendre connaissance de tous les projets mis de l'avant au sein du groupe de la ROP dans leur ministère. La base de données du SGIR compte maintenant plus de 200 utilisateurs inscrits.

Direction de la recherche en opinion publique

La Direction de la recherche en opinion publique fournit des services communs obligatoires et coordonne la recherche sur l'opinion publique pour les institutions fédérales.

La DROP donne de l'orientation, offre des conseils, organise des séances d'information et met au point des guides de recherche et d'autres publications. Cela aide les organisations fédérales à atteindre leurs objectifs de recherche et à prendre leurs responsabilités en vue d'assurer la valeur et la qualité de la recherche qu'elles entreprennent.

Avec l'usage accru de la recherche sur l'opinion publique, le gouvernement du Canada vise à :

- *optimiser ses ressources financières* en évitant le chevauchement des efforts;
- faire preuve de *transparence* en mettant la recherche terminée à disposition du public grâce à Bibliothèque et Archives Canada.

Deux unités de la DROP aident les ministères et les organismes à répondre à leurs besoins en recherche. Elles facilitent également l'approvisionnement en ce qui concerne les services, leur communication des pratiques exemplaires et des résultats de recherche, et coordonnent le travail dans les organisations fédérales.

Les représentants des **Services d'avis conseils** travaillent en étroite collaboration avec les coordonnateurs de la recherche des ministères et des organismes, les guidant pour qu'ils franchissent les étapes du processus d'acquisition des services de ROP. L'unité propose de l'aide taillée sur

mesure selon les besoins et les objectifs spécifiques de chaque organisation, sur des sujets tels que la méthodologie, la conception du questionnaire, les exigences législatives et politiques, les normes du secteur de la ROP, les méthodes d'approvisionnement et la façon d'optimiser les ressources financières. Après avoir examiné un projet et constaté qu'il s'agit bel et bien d'un projet de ROP, le conseiller affecté à celui-ci émet un numéro d'inscription et soumet le projet à la Direction de l'approvisionnement en communications qui prépare un contrat. En 2006-2007, les conseillers ont examiné, coordonné et inscrit 562 projets de ROP.

L'équipe de la **Gestion de la connaissance** encourage les partenariats et le partage de recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement fédéral. L'unité développe et gère le Système de gestion de l'information sur la recherche en ligne, prépare le rapport annuel sur la ROP au gouvernement du Canada, produit des guides de recherche et des ressources en ligne, et organise des réunions de partage d'information et des séances de formation à l'intention de la communauté interministérielle de la communauté interministérielle de pratique en ROP. L'unité travaille avec divers spécialistes en recherche, Statistique Canada et l'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (voir l'encadré, p. 15) pour mettre en valeur le potentiel des spécialistes de la ROP au gouvernement et hausser le niveau de leurs connaissances et de leurs compétences.

Pratiques exemplaires en recherche sur l'opinion publique : Améliorer la participation des répondants aux sondages téléphoniques

Le Ministère a également terminé, en février 2007, une étude définissant les pratiques exemplaires servant à maximiser les taux de réponse à la recherche fédérale sur l'opinion publique réalisée par téléphone. L'étude comportait un examen de la documentation et des interviews avec des représentants des universités, du gouvernement et du secteur de la recherche engagés dans la recherche par sondage téléphonique et la connaissance bien. On y mettait l'accent sur des stratégies visant à ce que les sondages téléphoniques menés pour le gouvernement du Canada atteignent le plus haut taux de réponse possible dans les paramètres de chaque étude.

Le document est destiné à l'usage des ministères et des organismes pour qu'ils en prennent connaissance et en discutent avec les fournisseurs de recherche. Il a été diffusé dans les ministères et organismes et mis à la disposition du public sur le site Web de TPSCG en avril 2007. Les pratiques exemplaires comprennent les lignes directrices et les procédures qui devraient être prises en considération tout au long de l'étude de recherche, de l'étape de la conception du projet jusqu'à la phase d'établissement de rapport. Le rapport contient une liste de vérification des pratiques exemplaires à l'intention des ministères et des organismes, et une évaluation de l'incidence relative des pratiques exemplaires sur les taux de réponse.

En outre, dans le cadre des efforts continus qu'elle déploie pour répondre aux besoins des ministères et des organismes, la Direction de la recherche en opinion publique a procédé à une seconde étude de satisfaction de la clientèle en 2006-2007 qui indiquait un niveau de satisfaction globale de 89 sur 100 (voir p. 15).

Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en recherche sur l'opinion publique

En mai 2004, à la suite de consultations de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada avec les associations du secteur de la recherche et les ministères, on a instauré une série d'offres à commandes et d'arrangements en matière d'approvisionnement concernant la ROP. Ces mécanismes donnaient facilement un accès plus rapide et plus efficace aux services de fournisseurs de recherche expérimentés, et ce, à des prix concurrentiels, pour les ministères et les organismes du gouvernement.

La Direction de l'approvisionnement en communications (DAC) travaille de concert avec la Direction de la recherche en opinion publique de TPSCG pour assurer un service unifié et intégré aux ministères et aux organismes. La DAC est la seule autorité contractante pour ce qui est de la recherche sur l'opinion publique à l'intention des institutions désignées aux annexes 1, 1.1 et II de la Loi sur la gestion des finances publiques. Avant que la DAC ne passe un marché de recherche sur l'opinion publique, le projet de recherche doit d'abord être examiné par la DRDP.

Au cours du dernier exercice financier, des préparatifs ont servi à implanter de nouveaux mécanismes de passation des marchés. Ils comprendront les exigences de la Loi fédérale sur la responsabilité, et rencontreront les normes et les lignes directrices pertinentes découlant des rapports du Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone et de l'étude sur les pratiques exemplaires visant à maximiser les taux de réponse aux sondages de recherche sur l'opinion publique réalisés par téléphone. Des consultations sur la création de nouveaux mécanismes devraient se tenir dans l'administration fédérale ainsi que dans le secteur de la recherche en marketing.

Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone

Le Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone a été mis sur pied pour conseiller et guider la Direction de la recherche en opinion publique (DROP) sur les normes de qualité et les points de référence convenant à la recherche sur l'opinion publique effectuée par sondage pour le gouvernement du Canada. Le Comité regroupait huit membres représentant le gouvernement, le secteur de la recherche en marketing et le milieu universitaire. Un rapport sur les conclusions du Comité a été achevé en mars 2007.

Le Comité a formulé des recommandations généralisées au sujet des normes et des lignes directrices touchant le processus entier d'activités de recherche par sondage téléphonique réalisées pour le gouvernement du Canada. Le Comité réclamait par exemple que des exigences minimales soient respectées dans chacun des domaines suivants :

- énoncés de travail émis par les ministères et les organismes pour la recherche sur l'opinion publique qu'ils souhaitent faire effectuer; propositions préparées par les firmes d'entrepreneurs et soumises au gouvernement du Canada pour qu'il les étudie;
- mise à l'essai des questionnaires; méthodes d'échantillonnage pour les sondages;
- formation et séances d'information à l'intention des intervieweurs;

- méthodes de sondage comme les appels de relance;
 - communication des taux de réponse au sondage;
 - méthodes de saisie des données, codage et vérification des données; analyse des données et communication des résultats.
- Dans le rapport du Comité, on tente de dégager les tendances à long terme et les tendances mondiales ayant trait au déclin des taux de réponse aux sondages téléphoniques. Le rapport établit des lignes directrices visant des taux de réponse acceptables, tout dépendant du type de sondage effectué. On y recommande aussi que les firmes préparent un rapport sur le biais de non-réponse possible dans le sondage, ce qui signifie la mesure dans laquelle la démographie et d'autres caractéristiques de l'échantillon pourraient différer de celles de la population en général.
- Le rapport est à la disposition du public. Il a circulé dans la communauté de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada et dans le secteur de la recherche en marketing dans les diverses régions du Canada. Tous les aspects pertinents des recommandations contenues dans le rapport sont intégrés aux ébauches de documents constituant les nouveaux outils de passation de marchés de ROP du gouvernement.

Gestion de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Dans son rapport de suivi de février 2007 adressé au Parlement, la vérificatrice générale du Canada signalait que le gouvernement du Canada avait réalisé des progrès satisfaisants dans l'amélioration de ses activités de recherche sur l'opinion publique (ROP) depuis son rapport précédent de novembre 2003 (publié en février 2004). La vérificatrice générale notait en particulier des progrès dans les domaines suivants :

- les marchés de recherche sur l'opinion publique sont attribués selon un processus équitable et transparent, conformément à la *Politique sur les marchés* du Conseil du Trésor;
- les dépenses de recherche sur l'opinion publique sont dûment contrôlées;
- les résultats de la recherche sur l'opinion publique sont évalués et rapportés conformément à la *Politique de communication du gouvernement du Canada*.

Ces améliorations résultaient d'un certain nombre de mesures prises par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) et d'autres ministères et organismes, y compris le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada durant les trois derniers exercices financiers :

- renouveau du processus de passation des marchés en recherche sur l'opinion publique;
- étapes pour rendre les rapports finaux accessibles à tous les Canadiens; amélioration continue de la base de données du Système de gestion de l'information sur la recherche (SGIR) et sa promotion auprès des organismes gouvernementaux.

Dans son rapport de novembre 2005 au Parlement, la vérificatrice générale avait noté certaines préoccupations se rapportant à la qualité des sondages et à l'établissement de rapports. En réponse à ses commentaires, les initiatives suivantes ont été mises sur pied et réalisées en 2006-2007.

Le 11 avril 2006, le gouvernement du Canada a déposé le projet de *Loi fédérale sur la responsabilité* et le Plan d'action connexe. Entre autres, ces mesures, de même que la Politique de communication du Gouvernement du Canada, visent à renforcer la gestion de la recherche sur l'opinion publique. Ces mesures comprennent ce qui suit :

- Les ministères et les organismes sont tenus de fournir à la population, par écrit, les résultats des recherches réalisées dans le cadre du contrat, par l'entremise de Bibliothèque et Archives Canada et de la Bibliothèque du Parlement, dans les six mois suivant l'achèvement des travaux sur le terrain. Les renseignements relatifs aux contrats et les résumés des projets terminés doivent être affichés dans Internet (sur un site Web de Bibliothèque et Archives Canada) pour en faciliter l'accès au public. Le processus de soumission pour l'attribution de marchés de recherche sur l'opinion publique et d'activités de publicité doit être ouvert, équitable et transparent.

La *Loi fédérale sur la responsabilité* a reçu la sanction royale le 12 décembre 2006.

À propos du présent rapport

- Il s'agit du sixième rapport annuel de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada. Ce rapport contient de l'information sur les sujets suivants :
 - Dans le chapitre 2, on explique les projets coordonnés par TPSCG pour contribuer à maintenir la qualité et l'intégrité de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement et pour aider les ministères et les organismes à combler leurs besoins en recherche.
- Le rapport traite des projets de recherche sur l'opinion publique et des contrats coordonnés par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.
- L'annexe I contient la liste des ministères et organismes qui ont fait de la ROP au cours de la dernière année.
- L'annexe II regroupe les noms de toutes les sociétés qui ont obtenu des contrats pour faire de la ROP au cours de la dernière année.
- L'annexe III comprend les études multilatérales achetées par le gouvernement selon les thèmes abordés.
- L'annexe IV contient la liste de toutes les offres à commandes et de tous les arrangements en matière d'approvisionnement en ROP.

- Dans le chapitre 3, on présente les tendances pangouvernementales en recherche sur l'opinion publique. Au cours du dernier exercice financier (du 1^{er} avril 2006 au 31 mars 2007), 562 projets de ROP ont été coordonnés par l'entremise de TPSCG; ces projets représentaient une valeur du marché se chiffrant à 31,4 millions de dollars, et ce, en utilisant les services de 66 sociétés de recherche.
- Dans le chapitre 4, on résume les activités de ROP lancées par les ministères et les organismes, en particulier ceux qui ont été les plus actifs en recherche sur l'opinion publique. Dans le chapitre 5, on trouvera des détails sur les sociétés de recherche auxquelles le gouvernement a eu recours pour faire de la recherche personnalisée et de la recherche multilatérale.
- Dans le chapitre 6, on indique où obtenir de plus amples renseignements.

- L'annexe I contient la liste des ministères et organismes qui ont fait de la ROP au cours de la dernière année.
- L'annexe II regroupe les noms de toutes les sociétés qui ont obtenu des contrats pour faire de la ROP au cours de la dernière année.
- L'annexe III comprend les études multilatérales achetées par le gouvernement selon les thèmes abordés.
- L'annexe IV contient la liste de toutes les offres à commandes et de tous les arrangements en matière d'approvisionnement en ROP.

L'information recueillie facilite

diverses tâches :

- élaborer des programmes, des services et des produits de communication;

- évaluer des initiatives et des plans

- en matière de politique;

- concevoir des méthodes de prestation

- pour les programmes et les services

- du gouvernement;

- jauger les demandes et les attentes

- de la population canadienne et des

- intervenants (p. ex. les entreprises);

- évaluer les programmes et les services

- afin d'optimiser la valeur des fonds

- publics dépenses.

La Politique de communication du

gouvernement du Canada établit un cadre

pour effectuer de la recherche sur l'opinion

publique. Ce cadre est obligatoire pour les

ministères et les organismes désignés aux

annexes I, I.1 et II de la Loi sur la gestion

des finances publiques. La Politique ne

s'applique pas aux autres institutions

comme les sociétés d'État et celles qui ont

l'autorisation d'entreprendre leur propre

passation de marchés en vertu des articles

41(1) et 41(2) de la Loi. Le présent rapport

met l'accent sur les activités de ROP des

institutions touchées par la Politique.

Le cas échéant, les ministères et les

organismes peuvent recourir à la recherche

sur l'opinion publique pour appuyer

leurs opérations, de la conception des

programmes et des services à l'assurance

que les objectifs sont atteints et les attentes

satisfaites. Un ministère ou un organisme

qui fait de la recherche nomme un

coordonnateur de la ROP chargé de

surveiller les projets de recherche de

l'organisation et de procéder à la liaison

avec TPSCG.

Pour assurer une gestion cohérente et rentable de la recherche sur l'opinion publique dans l'ensemble du gouvernement, les institutions doivent procéder comme suit :

- Elles sont dans l'obligation de coor-

- donner la planification et la mise en

- œuvre de la recherche sur l'opinion

- publique avec TPSCG selon les

- méthodes établies.

- Elles doivent passer des marchés de

- services en recherche sur l'opinion

- publique par l'entremise de TPSCG. À

- titre d'autorité technique et de coordi-

- nation du gouvernement du Canada

- pour la recherche sur l'opinion publique,

- TPSCG examine les plans et les

- stratégies de recherche des institutions

- fédérales et donne des conseils à

- leur sujet. Il attribue des numéros

- d'inscription de projets, autorisant

- ainsi la passation des marchés.

- Elles doivent s'assurer que les

- principes de pratiques équitables

- compris dans les articles 4 à 8 de la

- Loi sur la protection des renseignements

- personnels ainsi que dans la Loi sur la

- protection des renseignements personnels

- et les documents électroniques sont

- respectés dans toute recherche sur

- l'opinion publique.

- Dans les six mois suivant la fin du

- travail sur le terrain en recherche

- sur l'opinion publique, elles doivent

- fournir des exemplaires des rapports

- finaux à Bibliothèque et Archives

- Canada et à la Bibliothèque

- du Parlement.

- Elles doivent partager les résultats de

- la recherche avec TPSCG ainsi qu'avec

- les autres ministères et organismes

- fédéraux qui s'intéressent aux

- conclusions de la recherche.

- Elles doivent rapidement communiquer

- les résultats finaux de la recherche au

- public sur demande.

Les ministères et les organismes sont responsables de la qualité, du contenu et de la gestion de la recherche sur l'opinion publique qu'ils entreprennent.

Introduction

L'obligation du gouvernement de se rapprocher des citoyens et de communiquer avec eux va de pair avec le droit des citoyens de s'adresser à leur gouvernement et d'être entendus par ce dernier. Dans une démocratie, pour bien accomplir son travail, le gouvernement doit être à l'écoute du public, définir et évaluer les besoins des citoyens et y répondre. Le gouvernement doit obtenir le plus d'information possible sur les besoins et les attentes du public pour être en mesure d'y répondre efficacement. Le dialogue entre les citoyens et leur gouvernement doit être continu, ouvert, inclusif, pertinent, clair, sûr et fiable. La communication est un processus bidirectionnel.

*Politique de communication du gouvernement du
Conseil du Trésor du Canada, le 1^{er} août 2006*

- La Direction de l'approvisionnement en communications (DAC) fournit un service commun obligatoire à titre d'autorité contractante du gouvernement en recherche sur l'opinion publique.

Comment la recherche sur l'opinion publique est-elle gérée au gouvernement du Canada?

Au gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique est la cueillette planifiée, par ou pour une institution fédérale, des opinions, des attitudes, des impressions, des jugements, des idées, des réactions et des points de vue des gens (dont ceux des employés du gouvernement). L'information pourrait porter sur une vaste gamme d'activités. Citons en exemple l'élaboration de politiques, le marketing, les communications et la publicité, l'évaluation de programme, les études sur la qualité du service, les études de satisfaction de la clientèle et le développement de produits.

- La Direction de la recherche en opinion publique (DROP). Lorsque des organismes fédéraux prévoient entreprendre des projets de recherche sur l'opinion publique, ils doivent consulter la Direction dès les étapes initiales de leurs projets. La Direction leur offre des avis techniques et des conseils sur les prescriptions des lois et les exigences des politiques, la méthodologie et les normes généralement acceptées dans le secteur de la recherche en marketing.

T ravaux publics et Services gouvernemen-
taux Canada (TPSGC) travaille
de concert avec les autres organismes
fédéraux pour servir les Canadiens de
façon efficace et économique. TPSGC vise
à dispenser les services du gouvernement
fédéral plus intelligemment, plus rapide-
ment et à moindre coût. Le Ministère
détient l'autorité nécessaire pour ce qui
est de la coordination de la recherche sur
l'opinion publique (ROP) au gouvernement
et de la passation de marchés dans ce
domaine. Il exerce cette autorité par
l'entremise de deux de ses directions
qui travaillent en étroite collaboration
l'une avec l'autre :

34 Pour de plus amples renseignements

35 Annexes

- | | | |
|----|-----|--|
| 36 | I | Liste des ministères et organismes pratiquant la recherche |
| 38 | II | sur l'opinion publique en 2006-2007 |
| 38 | II | Liste des sociétés de recherche pratiquant la recherche |
| 41 | III | sur l'opinion publique en 2006-2007 |
| 41 | III | Aperçu thématique des études multilingues en 2006-2007 |
| 43 | IV | Offres à commandes et arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007 |

Message du Ministre

Introduction

Gestion de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement

du Canada

- 10 Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en recherche sur l'opinion publique
- 11 Direction de la recherche en opinion publique

Tendances de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement

du Canada en 2006-2007

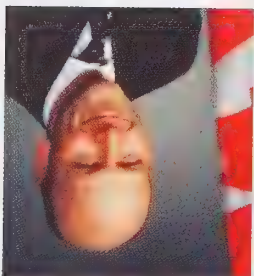
- 16 Nombre total de projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique
- 17 Principaux ministères et organismes pour la recherche sur l'opinion publique coordonnée par la Direction de la recherche en opinion publique
- 18 Recherche personnalisée et recherche multiclient
- 19 Tendances de la recherche personnalisée selon le type de recherche effectué de 2004 à 2007
- 20 Pourcentage et valeur totale du marché des projets basés sur la méthodologie de la recherche pour la recherche personnalisée en 2006-2007

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

- 21 Santé Canada
- 22 Ressources humaines et Développement social Canada
- 23 Environnement Canada
- 24 Bureau du Conseil privé
- 25 Agriculture et Agroalimentaire Canada
- 26 Ressources naturelles Canada
- 27 Industrie Canada
- 28 Ministère de la Défense nationale
- 29 Agence du revenu du Canada
- 29 Affaires étrangères et Commerce international Canada

Sociétés de recherche

- 31 Sociétés de recherche ayant les volumes d'affaires les plus élevés
- 32 Sociétés de recherche ayant le volume d'affaires le plus élevé pour la recherche personnalisée
- 33 Sociétés de recherche ayant le volume d'affaires le plus élevé pour les études multiclient



Message du Ministre

J'ai le plaisir de vous présenter le rapport annuel de 2006-2007 intitulé *La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada*. La recherche sur l'opinion publique est une importante voie de communication entre le gouvernement du Canada et les citoyens et les citoyennes. Elle aide le gouvernement à comprendre la société canadienne et elle détermine les besoins et les attentes de la population lorsque le gouvernement élabore des politiques, ses programmes et ses services. Au cours de la dernière année, le gouvernement a réalisé des progrès importants en ce qu'il accroît sa transparence et de renforcer la responsabilité avec l'adoption de la Loi fédérale sur la responsabilité et du Plan d'action connexe.

L'un des changements les plus importants est la nouvelle responsabilité législative qu'ont les ministères et les organismes de présenter des rapports écrits de leurs projets de recherche sur l'opinion publique directement à la Bibliothèque et Archives Canada dans les six mois suivant la fin du travail sur le terrain. L'engagement législatif en matière d'équité et d'ouverture touchant la passation des marchés de recherche sur l'opinion publique est tout aussi important.

Pour donner suite aux engagements qu'il a pris dans le cadre de l'application de la Loi fédérale sur la responsabilité et du plan d'action connexe, le gouvernement du Canada a aussi nommé un conseiller indépendant pour procéder à un examen des pratiques gouvernementales antérieures en matière de recherche sur l'opinion publique. Cet examen abordera, entre autres, les questions soulevées dans le rapport de 2003 de la Commission générale et il permettra de déterminer si d'autres mesures sont nécessaires.

Pour demeurer fidèle à son désir d'améliorer en tout temps la façon dont la recherche sur l'opinion publique est effectuée, le Ministère a créé le Comité consultatif sur la qualité des sondages d'opinion publique par téléphone, lequel a mis au point de nouvelles normes et lignes directrices à l'intention de la collectivité de la recherche du gouvernement du Canada. Inspirées des normes canadiennes, américaines et internationales les plus récentes, ces nouvelles pratiques exemplaires aideront le gouvernement du Canada à faire de la recherche sur l'opinion publique de grande qualité.

Enfin, il importe de mentionner que dans son rapport de février 2007 au

Parlement, la vérificatrice générale a remarqué des améliorations dans la façon dont le gouvernement effectue la recherche sur l'opinion publique depuis son rapport de novembre 2003. Elle a écrit : « Travaux publics et Services gouvernementaux Canada a réalisé des progrès satisfaisants pour ce qui est d'attribuer les contrats de publicité et de recherche sur l'opinion publique suivant un processus équitable et transparent, en conformité avec la *Politique sur les marchés* du gouvernement du Conseil du Trésor. »

Le présent rapport décrit les mesures efficaces prises par le gouvernement pour soutenir la recherche sur l'opinion publique, mesures que nous continuerons de développer pour assurer le renouvellement constant des activités de recherche sur l'opinion publique.

Le Ministre des Travaux publics
et des Services gouvernementaux,

Michael M Fortier

Michael M Fortier

Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Novembre 2007

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche en opinion publique au 613-992-8545.

Version électronique : www.tpsgc.gc.ca/rop/text/rpt06-07-01-f.html
Numéro de catalogue : P100-1/2007
ISBN : 978-0-662-05005-6

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne
tant les femmes que les hommes.



10 % de fibres postconsommation

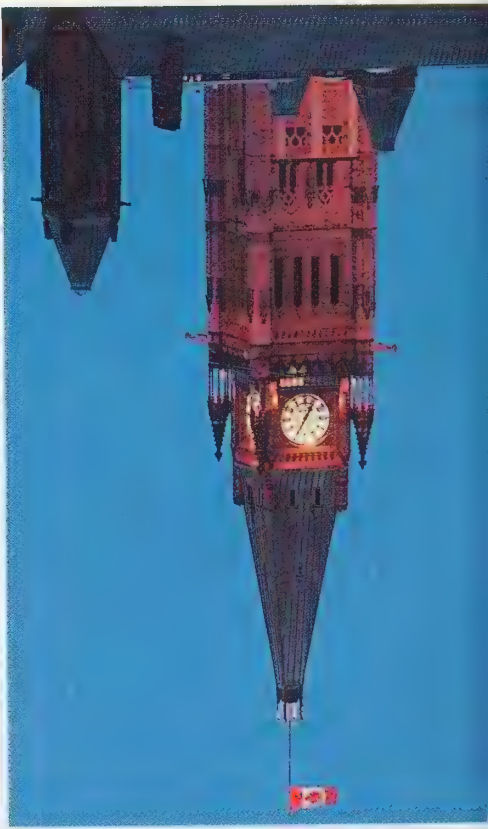
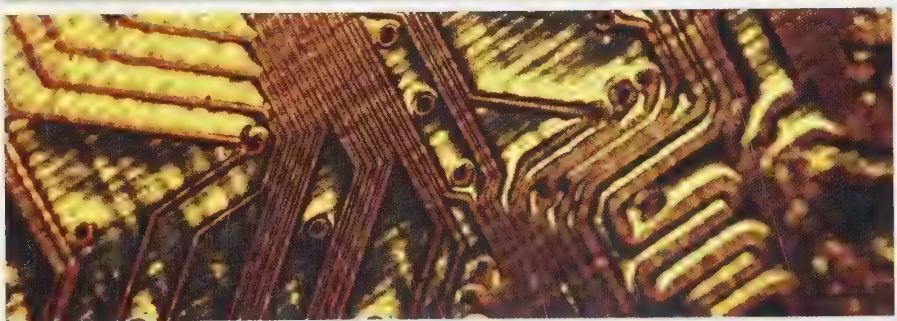


RAPPORT ANNUEL 2006-2007



La recherche
sur l'opinion
publique
au gouvernement
du Canada

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada



RAPPORT ANNUEL 2006-2007



3 1761 11551216 2